




3 1761 11891731 9



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761118917319>



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

January 1995

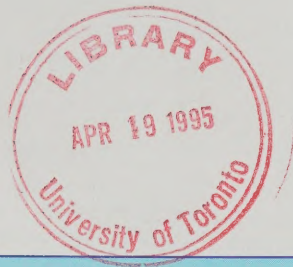
Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Janvier 1995

Government
Publications

13



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,

Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired**

1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)**

1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,

Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants**

1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)**

1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

January 1995

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Janvier 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

April 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 1

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 1

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers continued to increase their spending as retail sales increased 0.8% to \$17.9 billion (seasonally adjusted) in January. This followed a 0.6% gain in December 1994. Since early 1992, retail sales have generally been increasing. The rate of increase has grown faster since mid-1994.

January's largest increase in dollar terms was by retailers of department store type merchandise (33% of total retail trade), who increased sales 1.6% after a 0.5% rise in December. The latest gain was led by other durable goods and general merchandise stores.

Sales of other durable goods jumped 8.4% in January, offsetting the 6.3% drop recorded in December. Monthly sales movements of other durable goods stores have been volatile over the last year.

The general merchandise sector (10% of total retail trade) advanced 1.6%, the third increase in four months. Sales by general merchandise stores have slowed in recent months after steady growth since mid-1993.

Automotive sector declined for the first time since July

The 0.2% decline in the automotive sector was the first drop since July 1994. Lower sales by gasoline service stations more than offset increases by motor vehicle dealers and retailers of automotive parts, accessories and services.

Gasoline service stations' sales fell 2.3%, a fourth consecutive monthly decline. This decline coincided with a drop in gasoline prices in January.

FAITS SAILLANTS

Les consommateurs ont continué d'augmenter leurs dépenses puisque les ventes désaisonnalisées du commerce de détail ont augmenté de 0.8% à \$17.9 milliards en janvier. Ceci fait suite à un gain de 0.6% en décembre 1994. Depuis le début de 1992, les ventes du commerce de détail ont été généralement à la hausse. Le taux de croissance s'est accru au cours de la dernière moitié de l'année 1994.

En janvier, l'augmentation la plus importante en terme de dollars provient des détaillants offrant des marchandises que l'on trouve généralement dans les grands magasins (33.0% des ventes totales du commerce de détail). Ces détaillants déclarent une hausse de 1.6% de leurs ventes en janvier après une augmentation de 0.5% en décembre. Ce dernier gain est surtout attribuable aux dépenses dans les magasins des autres produits durables et de marchandises diverses.

Les ventes des autres produits durables ont grimpé de 8.4% en janvier contrebalançant la baisse de 6.3% en décembre. Les mouvements mensuels des ventes des magasins d'autres produits durables ne sont pas constants au cours de la dernière année.

Le secteur des marchandises diverses représentant 10% des ventes totales du commerce de détail a augmenté de 1.6%. Il s'agit de la troisième hausse au cours des quatre derniers mois. Les ventes des magasins de marchandises diverses ont ralenti au cours des derniers mois, faisant suite à une croissance constante depuis la moitié de l'année 1993.

Les ventes du secteur de l'automobile baissent pour la première fois depuis juillet

La baisse de 0.2% dans le secteur de l'automobile est la première baisse depuis juillet 1994. Des ventes plus faibles des stations-service ont plus que compensé les augmentations des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves et des magasins de pièces, d'accessoires pour véhicules automobiles et services.

Les ventes des stations-service ont baissé de 2.3%, une quatrième baisse mensuelle consécutive. Cette diminution coïncide avec une baisse des prix de l'essence en janvier.

Sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers increased slightly (+0.3%) in January, despite a 6.5% decline in the number of new motor vehicles sold. This divergence reflects a 10% increase in the average selling price of new models this January compared with a year earlier.

Sales in British Columbia grew strongly

Sales in British Columbia grew strongly (+2.1%) for a second consecutive month to stand 12.6% higher than in January 1994. Over the last twelve months, sales increases in British Columbia have generally surpassed growth at the national level.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté légèrement (+0.3%) en janvier, et ce malgré la baisse de 6.5% des ventes de véhicules automobiles neufs, en nombre d'unités. Cette divergence peut être expliquée par la hausse de 10% du prix de vente moyen des nouveaux modèles en janvier comparativement à janvier 1994.

La Colombie-Britannique augmente fortement

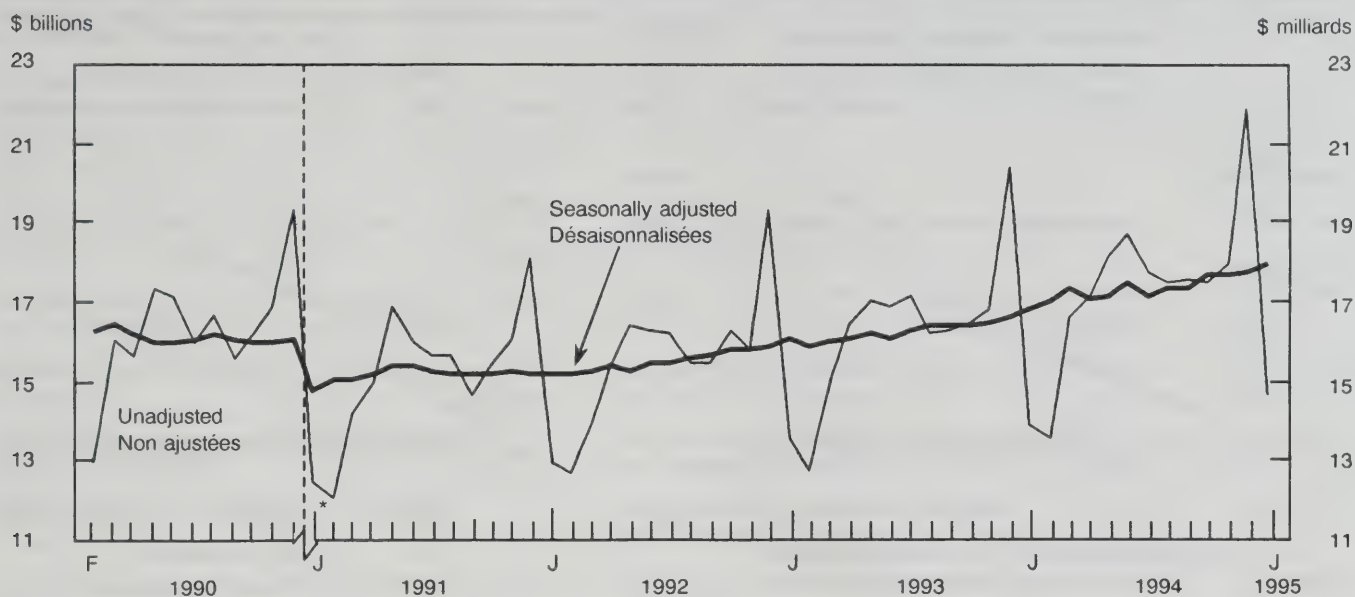
En Colombie-Britannique, les ventes ont augmenté fortement (+2.1%) pour un deuxième mois consécutif et sont 12.6% plus élevées que celles de janvier 1994. Depuis les douze derniers mois, les augmentations des ventes dans cette province ont généralement dépassé celles au niveau national.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

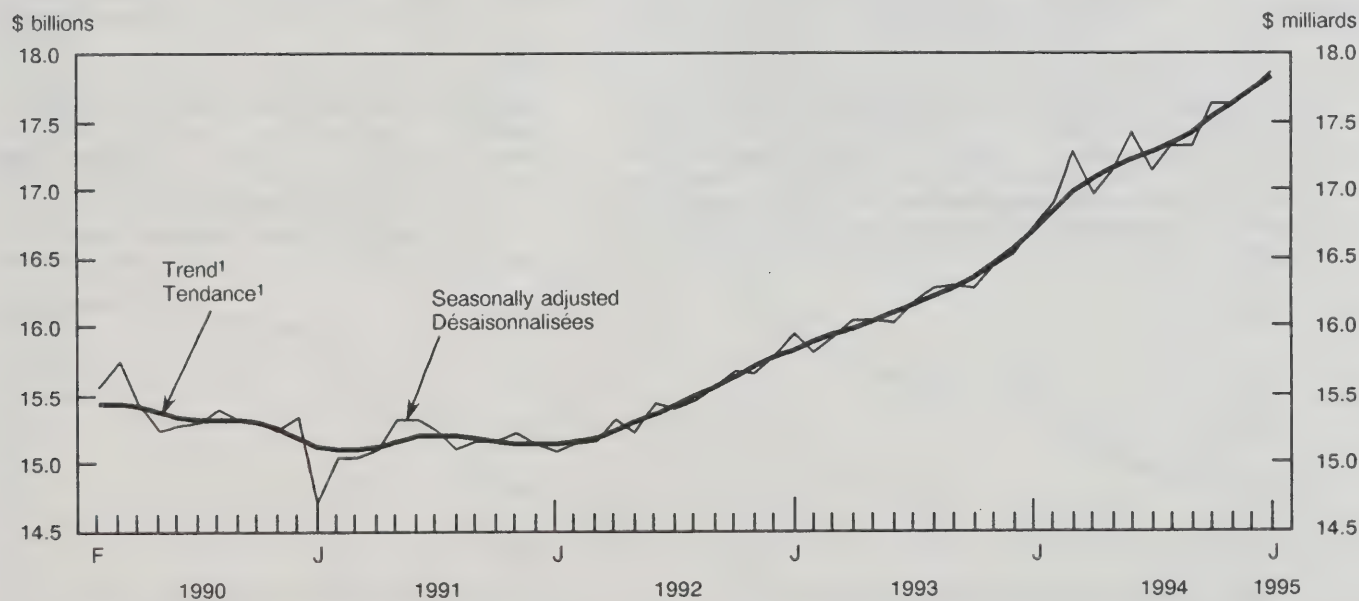
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

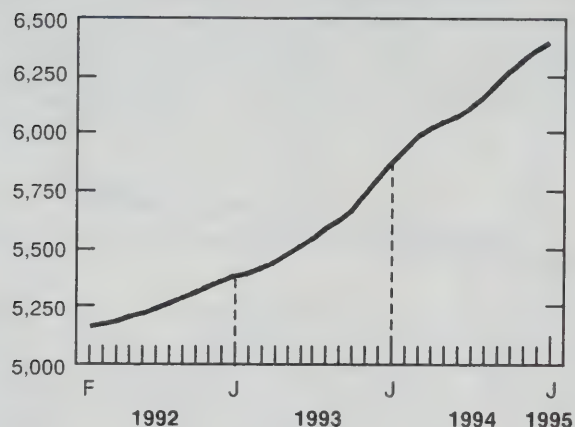
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

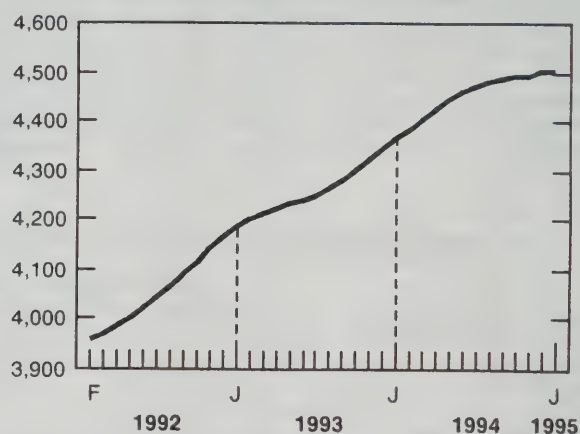
**Retail Sales Trends¹ - Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail - Canada,
par groupe principal**

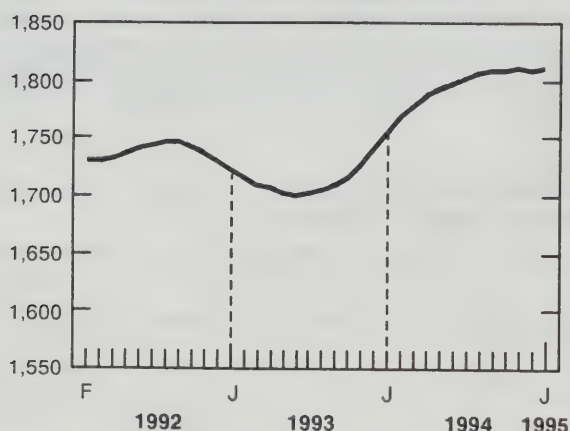
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



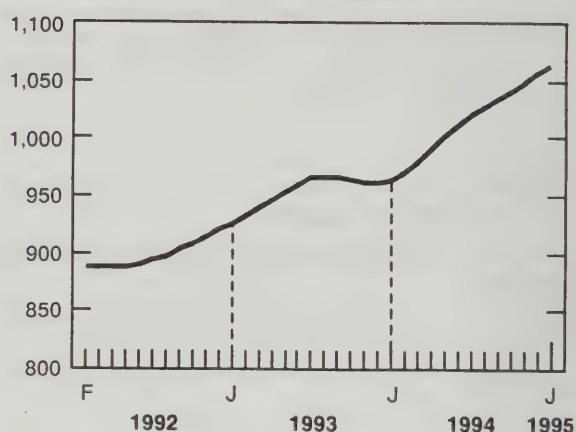
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



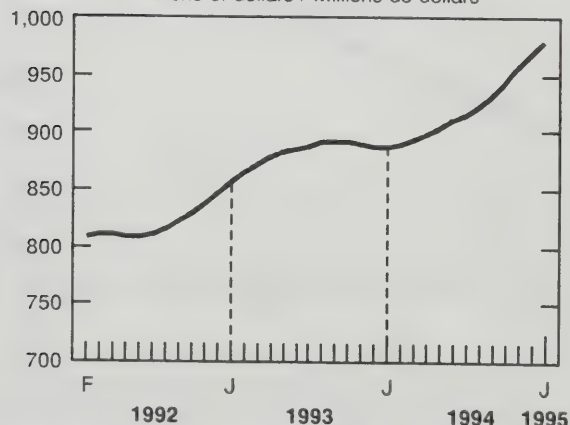
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



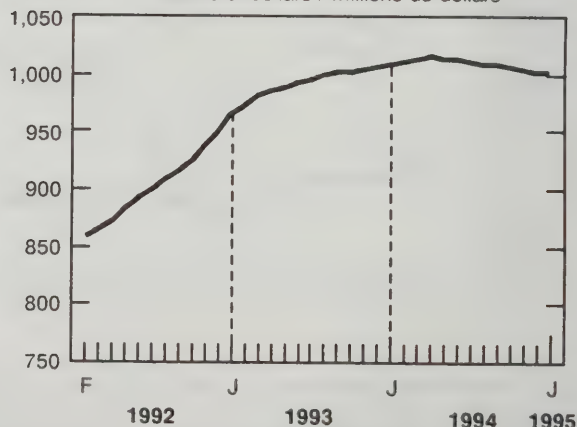
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
	millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,173.6	4,181.0	4,155.0	4,153.2	4,173.6	-0.2	0.6
2	All other food stores	358.0	340.9	321.3	342.3	358.0	5.0	6.1
3	Drugs and patent medicine stores	1,005.4	997.4	995.3	1,006.7	1,005.4	0.8	0.2
4	Shoe stores	145.4	147.4	154.0	149.4	145.4	-1.3	-4.3
5	Men's clothing stores	159.6	157.9	152.5	154.3	159.6	1.1	3.5
6	Women's clothing stores	358.7	353.8	347.0	345.3	358.7	1.4	2.0
7	Other clothing stores	408.5	405.3	400.6	392.9	408.5	0.8	1.2
8	Household furniture and appliance stores	792.7	787.5	742.3	762.5	792.7	0.7	6.1
9	Household furnishings stores	193.5	192.1	196.6	193.2	193.5	0.7	-2.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,172.5	4,161.0	4,115.3	4,086.3	4,172.5	0.3	1.1
11	Gasoline service stations	1,151.3	1,177.9	1,181.1	1,201.4	1,151.3	-2.3	-0.3
12	Automotive parts, accessories and services	1,027.3	1,026.6	1,023.3	1,004.5	1,027.3	0.1	0.3
13	General merchandise stores	1,850.0	1,821.2	1,802.1	1,817.3	1,850.0	1.6	1.1
14	Other semi-durable goods stores	605.6	600.2	611.7	609.8	605.6	0.9	-1.9
15	Other durable goods stores	490.1	452.0	482.3	471.6	490.1	8.4	-6.3
16	Other retail stores	987.5	935.7	947.6	948.8	987.5	5.5	-1.3
17	Total, all stores	17,879.7	17,737.8	17,628.1	17,639.5	17,879.7	0.8	0.6
Regions								
18	Newfoundland	285.6	285.6	285.6	293.3	285.6	-	-
19	Prince Edward Island	74.4	72.8	72.1	76.4	74.4	2.2	0.9
20	Nova Scotia	547.7	550.9	549.3	550.1	547.7	-0.6	0.3
21	New Brunswick	412.8	416.2	420.8	415.8	412.8	-0.8	-1.1
22	Quebec	4,300.3	4,264.7	4,234.0	4,229.5	4,300.3	0.8	0.7
23	Ontario	6,650.0	6,582.5	6,571.7	6,511.3	6,650.0	1.0	0.2
24	Manitoba	588.5	594.8	588.9	594.9	588.5	-1.1	1.0
25	Saskatchewan	538.8	532.7	536.2	547.8	538.8	1.1	-0.7
26	Alberta	1,845.8	1,855.7	1,841.9	1,847.4	1,845.8	-0.5	0.7
27	British Columbia	2,577.4	2,523.9	2,470.6	2,516.6	2,577.4	2.1	2.2
28	Yukon	17.7	17.4	16.4	16.4	17.7	2.0	5.8
29	Northwest Territories	40.7	40.5	40.5	40.0	40.7	0.5	0.1

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
							Groupe de commerce - Canada
- -	1.6	2.1	2.9	2.7	3.8	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-6.1	5.6	27.8	24.4	14.0	23.7	27.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-1.1	-0.3	-0.9	0.3	-0.6	0.6	-0.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.1	6.1	0.9	9.3	9.3	7.6	0.9	Magasins de chaussures 4
-1.1	2.8	3.7	6.1	1.4	2.3	3.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
0.5	3.0	17.3	10.3	10.3	9.5	17.3	Magasins de vêtements pour dames 6
1.9	-0.4	16.8	15.2	13.1	9.4	16.8	Autres magasins de vêtements 7
-2.6	4.3	16.3	11.5	5.5	8.4	16.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
1.8	- -	0.9	-0.5	3.6	3.2	0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
0.7	1.6	12.6	12.4	14.0	15.7	12.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-1.7	-1.4	-1.8	2.3	-0.7	1.4	-1.8	Stations-service 11
1.9	3.7	1.8	9.9	11.1	9.2	1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-0.8	3.5	6.4	5.0	4.6	6.1	6.4	Magasins de marchandises diverses 13
0.3	0.6	7.5	6.4	9.3	10.0	7.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
2.3	3.5	8.4	3.0	11.0	9.6	8.4	Autres magasins de produits durables 15
-0.1	3.3	16.5	13.6	15.8	16.1	16.5	Autres magasins de vente au détail 16
-0.1	1.9	7.1	7.3	7.2	8.3	7.1	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
-2.6	2.1	0.6	2.3	2.7	4.4	0.6	Terre-Neuve 18
-5.5	6.8	-1.7	3.4	0.3	6.5	-1.7	Île-du-Prince-Édouard 19
-0.1	2.3	-0.4	4.3	1.0	2.1	-0.4	Nouvelle-Écosse 20
1.2	6.2	-2.6	0.7	0.4	-1.3	-2.6	Nouveau-Brunswick 21
0.1	1.7	2.6	5.7	4.8	6.8	2.6	Québec 22
0.9	1.4	10.3	8.5	9.4	8.8	10.3	Ontario 23
-1.0	4.8	4.0	6.7	4.0	4.8	4.0	Manitoba 24
-2.1	3.6	8.3	6.7	9.3	12.6	8.3	Saskatchewan 25
-0.3	3.5	6.2	5.0	6.1	8.6	6.2	Alberta 26
-1.8	0.2	12.6	11.5	10.8	13.2	12.6	Colombie-Britannique 27
0.2	2.1	6.9	4.7	-2.6	-4.0	6.9	Yukon 28
1.1	2.3	6.2	8.8	10.1	11.6	6.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	3,837.2	4,705.6	3,969.9	4,065.5	3,837.2
2 All other food stores	300.8	416.5	304.2	330.3	300.8
3 Drugs and patent medicine stores	953.0	1,244.8	986.5	1,011.2	953.0
4 Shoe stores	107.2	210.2	176.9	162.3	107.2
5 Men's clothing stores	116.4	338.1	187.5	157.0	116.4
6 Women's clothing stores	251.3	599.2	367.1	345.0	251.3
7 Other clothing stores	293.1	699.2	455.6	403.0	293.1
8 Household furniture and appliance stores	660.7	1,153.3	806.2	772.8	660.7
9 Household furnishings stores	148.0	237.3	215.9	200.2	148.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,184.9	3,400.9	3,851.3	3,938.6	3,184.9
11 Gasoline service stations	1,058.5	1,172.3	1,172.9	1,249.3	1,058.5
12 Automotive parts, accessories and services	844.1	1,140.1	1,134.3	1,007.2	844.1
13 General merchandise stores	1,302.7	3,166.1	2,249.3	1,879.2	1,302.7
14 Other semi-durable goods stores	426.5	963.4	652.1	579.3	426.5
15 Other durable goods stores	371.6	916.1	484.2	418.9	371.6
16 Other retail stores	719.1	1,467.1	899.0	902.1	719.1
17 Total, all stores	14,575.1	21,830.3	17,912.9	17,421.7	14,575.1
Regions					
18 Newfoundland	221.7	368.9	306.4	285.8	221.7
19 Prince Edward Island	58.1	89.9	73.2	73.1	58.1
20 Nova Scotia	442.7	698.2	562.8	540.5	442.7
21 New Brunswick	330.4	522.4	436.3	410.5	330.4
22 Quebec	3,391.6	4,949.3	4,179.0	4,129.2	3,391.6
23 Ontario	5,466.4	8,282.5	6,776.8	6,467.9	5,466.4
24 Manitoba	487.4	762.3	609.1	590.0	487.4
25 Saskatchewan	450.4	660.1	555.2	549.1	450.4
26 Alberta	1,523.8	2,325.5	1,865.4	1,825.7	1,523.8
27 British Columbia	2,156.2	3,102.9	2,492.8	2,493.8	2,156.2
28 Yukon	13.1	19.7	15.6	16.2	13.1
29 Northwest Territories	33.4	48.6	40.4	40.1	33.4

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
-1.7	6.6	3.9	-0.9	-1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
29.1	23.9	16.9	19.1	29.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.7	-1.2	-0.8	-0.5	-0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.8	14.0	10.5	4.0	-3.8	Magasins de chaussures 4
1.5	8.6	0.7	0.3	1.5	Magasins de vêtements pour hommes 5
15.7	14.8	8.7	4.3	15.7	Magasins de vêtements pour dames 6
16.3	16.4	11.9	3.3	16.3	Autres magasins de vêtements 7
16.6	13.2	3.3	7.0	16.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
2.3	-1.6	2.5	3.7	2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
14.7	9.1	13.5	16.8	14.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-2.9	2.1	-1.2	1.4	-2.9	Stations-service 11
3.9	9.6	11.9	7.6	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
5.8	4.8	6.0	4.0	5.8	Magasins de marchandises diverses 13
5.3	5.4	10.1	9.4	5.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
7.9	3.8	10.4	7.0	7.9	Autres magasins de produits durables 15
15.3	15.0	14.8	11.0	15.3	Autres magasins de vente au détail 16
5.7	7.6	7.4	6.1	5.7	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
-1.1	2.9	3.1	1.5	-1.1	Terre-Neuve 18
-0.1	4.3	0.6	3.9	-0.1	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.1	5.5	0.5	0.5	-1.1	Nouvelle-Écosse 20
-1.5	4.4	-	-3.9	-1.5	Nouveau-Brunswick 21
1.5	7.2	5.1	2.4	1.5	Québec 22
8.6	7.8	9.5	7.4	8.6	Ontario 23
3.6	8.7	4.4	2.3	3.6	Manitoba 24
6.3	6.1	9.8	12.0	6.3	Saskatchewan 25
4.1	6.4	5.0	6.7	4.1	Alberta 26
10.9	10.6	11.6	12.0	10.9	Colombie-Britannique 27
3.3	6.6	-5.4	-4.3	3.3	Yukon 28
2.8	8.9	11.1	11.6	2.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994	Quarter 1 1994	Quarter 4 1993
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	12,740.9	12,704.2	12,634.0	11,665.7	12,336.0
2	All other food stores	1,051.0	1,016.1	870.6	754.6	873.6
3	Drugs and patent medicine stores	3,242.5	2,975.2	2,990.3	2,885.4	3,269.9
4	Shoe stores	549.5	451.8	461.9	316.1	500.6
5	Men's clothing stores	682.5	393.7	454.0	317.8	654.1
6	Women's clothing stores	1,311.2	1,005.9	987.9	703.9	1,190.2
7	Other clothing stores	1,557.8	1,197.9	1,034.8	789.4	1,398.3
8	Household furniture and appliance stores	2,732.3	2,208.2	2,029.1	1,741.3	2,521.8
9	Household furnishings stores	653.4	616.1	574.6	469.8	644.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,190.8	11,828.1	14,097.3	10,089.5	9,882.5
11	Gasoline service stations	3,594.5	3,930.6	3,569.2	3,253.2	3,567.0
12	Automotive parts, accessories and services	3,281.6	3,000.0	3,195.6	2,469.2	2,990.2
13	General merchandise stores	7,294.6	5,100.3	5,097.5	4,070.7	6,948.4
14	Other semi-durable goods stores	2,194.8	1,825.8	1,813.1	1,258.3	2,035.6
15	Other durable goods stores	1,819.2	1,406.0	1,349.1	1,043.5	1,712.9
16	Other retail stores	3,268.2	2,900.1	2,610.5	2,008.6	2,871.6
17	Total, all stores	57,164.9	52,560.0	53,769.6	43,836.8	53,397.4
	Newfoundland					
1	Supermarkets and grocery stores	280.4	298.0	274.6	247.9	274.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	75.8	64.8	65.2	63.9	71.9
4	Shoe stores	7.6	5.5	5.2	3.8	7.2
5	Men's clothing stores	8.2	3.6	4.1	2.4	8.1
6	Women's clothing stores	21.5	13.9	12.2	8.2	20.4
7	Other clothing stores	17.6	10.6	9.3	10.6	31.0
8	Household furniture and appliance stores	37.8	24.6	20.4	17.2	34.4
9	Household furnishings stores	5.0	4.0	3.6	2.6	5.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	119.0	158.1	192.6	125.2	113.1
11	Gasoline service stations	77.7	79.2	70.8	67.5	78.4
12	Automotive parts, accessories and services	45.4	43.6	47.7	34.3	49.2
13	General merchandise stores	168.2	113.1	103.1	79.6	157.0
14	Other semi-durable goods stores	39.6	31.5	29.0	18.1	31.5
15	Other durable goods stores	18.8	10.9	10.9	9.1	18.8
16	Other retail stores	32.5	22.0	19.4	17.3	32.0
17	Total, all stores	961.1	888.8	872.8	711.6	937.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
Canada						
3.3	3.8	5.3	4.9	4.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
20.3	16.0	-3.0	2.2	5.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.8	1.2	2.9	4.1	7.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
9.8	9.6	10.3	11.9	8.5	Magasins de chaussures	4
4.4	4.6	8.2	9.9	6.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
10.2	3.9	2.0	1.6	1.8	Magasins de vêtements pour dames	6
11.4	8.3	5.1	1.8	6.4	Autres magasins de vêtements	7
8.3	2.4	3.4	-0.2	7.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.3	4.4	2.6	4.0	6.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.2	10.8	16.3	16.2	10.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
0.8	2.6	0.5	-1.2	-0.1	Stations-service	11
9.7	8.4	10.5	11.1	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.0	4.4	5.3	6.6	-0.7	Magasins de marchandises diverses	13
7.8	9.7	4.6	2.7	2.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.2	9.1	7.7	9.5	4.1	Autres magasins de produits durables	15
13.8	10.6	4.7	3.2	-1.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.1	6.4	7.5	6.9	4.6	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
2.0	9.3	6.0	0.7	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.4	4.6	5.1	3.3	1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
5.7	1.3	3.3	11.8	-2.4	Magasins de chaussures	4
1.8	2.2	12.0	16.3	14.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
5.5	1.6	-0.6	2.2	11.6	Magasins de vêtements pour dames	6
-43.4	-43.3	-46.2	-7.3	3.0	Autres magasins de vêtements	7
10.0	0.8	-1.0	3.3	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.3	3.0	-2.5	-10.1	-11.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.3	5.7	12.5	14.6	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.8	-11.3	-10.3	-9.8	-7.5	Stations-service	11
-7.8	11.2	19.7	18.5	8.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.2	7.0	4.8	4.9	-4.3	Magasins de marchandises diverses	13
25.7	11.5	8.3	2.4	-8.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.2	-3.5	1.7	14.4	-0.8	Autres magasins de produits durables	15
1.6	-2.3	-9.7	0.5	-3.6	Autres magasins de vente au détail	16
2.5	3.5	3.8	3.1	-0.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994	Quarter 1 1994	Quarter 4 1993
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	55.6	57.0	50.9	46.9	51.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.9	16.6	16.7	15.7	17.8
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	5.5	6.8	3.6	2.2	5.2
8	Household furniture and appliance stores	8.3	7.3	6.3	5.1	8.1
9	Household furnishings stores	1.9	2.4	2.3	1.7	2.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	40.9	40.6	53.1	34.5	35.9
11	Gasoline service stations	23.1	28.3	22.8	21.7	25.1
12	Automotive parts, accessories and services	14.3	13.8	14.3	10.2	14.3
13	General merchandise stores	32.0	23.7	21.6	16.4	32.5
14	Other semi-durable goods stores	11.2	11.0	9.1	6.2	10.4
15	Other durable goods stores	4.0	3.0	2.4	2.0	4.3
16	Other retail stores	12.7	15.5	11.4	8.9	12.3
17	Total, all stores	236.2	234.9	222.2	176.8	229.3
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	477.0	488.7	460.4	410.5	436.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.7	111.7	108.4	112.0	126.9
4	Shoe stores	11.3	9.3	8.9	6.7	11.2
5	Men's clothing stores	18.1	7.5	7.8	5.4	15.2
6	Women's clothing stores	39.1	27.6	26.1	19.0	40.3
7	Other clothing stores	39.6	26.7	21.5	17.8	35.4
8	Household furniture and appliance stores	51.2	42.0	38.5	36.5	53.0
9	Household furnishings stores	16.7	14.6	12.6	8.7	12.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	297.8	331.9	417.2	312.2	278.1
11	Gasoline service stations	124.5	140.0	139.0	139.7	174.0
12	Automotive parts, accessories and services	85.2	77.6	85.7	57.9	82.6
13	General merchandise stores	266.2	170.7	162.1	126.7	263.6
14	Other semi-durable goods stores	70.3	52.5	48.7	37.8	63.9
15	Other durable goods stores	40.9	25.8	23.6	18.8	40.5
16	Other retail stores	109.0	106.0	94.5	73.8	108.0
17	Total, all stores	1,801.4	1,657.0	1,675.6	1,398.5	1,759.2

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
8.0	-0.8	-1.1	2.0	7.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-4.9	-1.2	0.8	2.5	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
6.6	29.6	27.4	14.4	15.6	Autres magasins de vêtements	7
2.6	18.8	14.6	23.6	22.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-20.8	16.7	6.1	28.8	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.9	-1.1	12.2	8.3	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.6	-11.5	-6.5	9.3	9.3	Stations-service	11
0.4	-1.3	4.6	8.3	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.4	5.3	3.9	11.3	3.5	Magasins de marchandises diverses	13
7.3	-14.5	-3.8	17.0	24.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.7	-7.6	10.9	-1.8	-11.5	Autres magasins de produits durables	15
2.8	8.8	1.6	-5.5	-11.8	Autres magasins de vente au détail	16
3.0	-0.5	3.5	6.6	4.9	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
9.3	7.1	4.6	1.8	-2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.7	3.2	0.1	7.0	-0.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.0	5.7	10.6	31.0	18.9	Magasins de chaussures	4
19.2	6.5	-	4.3	0.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.0	-0.9	-6.8	-2.5	3.5	Magasins de vêtements pour dames	6
11.8	15.2	8.4	4.4	4.0	Autres magasins de vêtements	7
-3.3	3.4	2.8	7.1	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
30.9	20.4	17.8	-4.3	-13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.1	-3.0	2.4	24.0	10.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-28.4	-22.5	-13.3	1.5	10.3	Stations-service	11
3.2	2.7	8.5	11.7	27.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.0	-0.7	-1.2	3.6	2.9	Magasins de marchandises diverses	13
10.1	4.7	1.8	12.4	22.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.8	-1.9	-4.1	-4.5	-9.5	Autres magasins de produits durables	15
1.0	-0.2	0.6	3.8	0.3	Autres magasins de vente au détail	16
2.4	-	1.2	7.6	4.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	324.3	333.9	326.3	321.9	357.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	113.6	96.5	94.2	88.2	91.3
4	Shoe stores	10.7	8.0	8.1	5.2	9.2
5	Men's clothing stores	12.6	7.3	8.4	5.3	15.5
6	Women's clothing stores	33.1	23.3	21.8	15.3	32.6
7	Other clothing stores	25.3	18.2	15.2	13.0	27.7
8	Household furniture and appliance stores	51.4	36.8	33.8	30.6	48.0
9	Household furnishings stores	13.2	11.2	10.1	7.6	11.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	229.0	239.5	324.9	240.9	246.7
11	Gasoline service stations	111.9	122.9	108.9	95.4	107.5
12	Automotive parts, accessories and services	91.0	83.0	80.4	56.5	76.5
13	General merchandise stores	203.7	135.9	139.8	106.2	196.1
14	Other semi-durable goods stores	42.1	33.5	32.9	20.8	40.0
15	Other durable goods stores	33.3	21.7	19.5	13.7	27.8
16	Other retail stores	67.2	63.9	54.5	42.4	66.3
17	Total, all stores	1,369.2	1,243.6	1,288.9	1,069.2	1,363.6
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,504.3	3,552.6	3,583.5	3,322.2	3,466.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	742.7	735.6	767.4	713.4	799.8
4	Shoe stores	187.4	149.3	155.8	95.2	175.3
5	Men's clothing stores	151.7	99.8	118.7	73.8	147.6
6	Women's clothing stores	328.5	279.1	280.0	195.4	292.2
7	Other clothing stores	422.8	335.6	317.8	224.6	363.7
8	Household furniture and appliance stores	635.0	564.3	526.8	380.6	581.3
9	Household furnishings stores	147.7	145.6	144.1	96.6	140.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,334.4	2,779.0	3,595.3	2,353.2	2,282.3
11	Gasoline service stations	757.0	818.2	728.6	670.8	720.6
12	Automotive parts, accessories and services	850.3	729.5	818.9	589.6	776.4
13	General merchandise stores	1,455.9	1,078.9	1,116.0	860.7	1,361.8
14	Other semi-durable goods stores	488.7	468.7	465.5	285.5	419.2
15	Other durable goods stores	346.8	275.6	275.6	207.7	299.9
16	Other retail stores	541.7	436.5	461.6	333.8	489.2
17	Total, all stores	13,257.5	12,783.5	13,682.2	10,690.6	12,628.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
-9.3	-8.5	-5.4	0.4	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
24.5	21.9	19.2	19.1	12.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
16.2	16.7	24.1	23.4	13.9	Magasins de chaussures	4
-19.1	-4.7	9.5	-4.2	11.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
1.3	1.7	-3.0	1.9	10.4	Magasins de vêtements pour dames	6
-8.6	-11.9	-8.7	-10.4	-17.2	Autres magasins de vêtements	7
7.0	7.5	1.7	-2.6	-2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
18.6	14.0	3.6	4.9	6.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.2	-17.5	-5.0	9.3	8.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.1	-0.4	6.9	9.3	15.4	Stations-service	11
19.0	18.9	13.3	7.7	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.9	1.3	8.9	13.1	-0.3	Magasins de marchandises diverses	13
5.3	-5.6	-4.4	-6.5	-8.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
19.7	26.7	14.6	5.0	-3.7	Autres magasins de produits durables	15
1.3	-7.3	-12.0	-6.8	6.1	Autres magasins de vente au détail	16
0.4	-4.0	0.1	5.4	3.8	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
1.1	4.6	7.1	6.4	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-7.1	-1.6	4.5	6.0	13.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
6.9	7.1	4.0	6.8	7.0	Magasins de chaussures	4
2.8	8.5	4.5	5.0	5.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.4	9.2	7.3	13.3	5.8	Magasins de vêtements pour dames	6
16.2	5.5	2.8	2.5	-6.5	Autres magasins de vêtements	7
9.2	-1.3	-2.3	-6.5	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
5.4	4.0	-3.7	6.9	6.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
2.3	1.6	13.8	19.2	8.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
5.1	12.8	3.2	2.4	0.4	Stations-service	11
9.5	5.2	4.4	7.7	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.9	8.4	10.2	13.1	8.3	Magasins de marchandises diverses	13
16.6	15.6	15.3	2.4	1.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
15.6	12.1	12.2	11.7	9.7	Autres magasins de produits durables	15
10.7	8.6	8.5	6.8	0.2	Autres magasins de vente au détail	16
5.0	5.0	8.0	8.8	5.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994	Quarter 1 1994	Quarter 4 1993
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	4,005.0	3,946.7	4,012.7	3,665.3	3,865.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,236.8	1,140.3	1,128.3	1,085.5	1,220.5
4	Shoe stores	198.7	164.1	176.8	123.3	188.3
5	Men's clothing stores	280.6	156.4	188.5	132.8	276.9
6	Women's clothing stores	512.1	375.2	379.9	258.6	466.1
7	Other clothing stores	578.2	443.5	368.8	273.8	515.7
8	Household furniture and appliance stores	1,016.7	824.3	735.0	666.0	972.5
9	Household furnishings stores	267.4	246.2	224.2	185.7	244.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,682.6	4,523.7	5,415.6	3,958.5	4,024.4
11	Gasoline service stations	1,304.0	1,388.3	1,331.6	1,243.3	1,312.9
12	Automotive parts, accessories and services	1,265.4	1,152.4	1,227.9	982.1	1,139.6
13	General merchandise stores	2,757.1	1,841.4	1,825.1	1,452.7	2,596.3
14	Other semi-durable goods stores	836.8	651.7	650.7	470.8	814.9
15	Other durable goods stores	738.9	549.4	528.1	397.8	682.7
16	Other retail stores	1,430.5	1,302.0	1,135.4	876.6	1,251.0
17	Total, all stores	21,527.2	19,140.6	19,649.5	16,049.6	19,892.6
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	479.1	476.9	474.5	455.1	477.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	72.7	63.5	64.8	61.6	71.3
4	Shoe stores	14.4	10.0	10.7	8.3	12.4
5	Men's clothing stores	21.1	11.6	13.6	9.7	21.6
6	Women's clothing stores	37.5	29.6	31.9	23.3	41.2
7	Other clothing stores	51.3	37.3	33.5	26.9	48.8
8	Household furniture and appliance stores	82.5	58.7	55.8	50.6	77.4
9	Household furnishings stores	14.6	13.2	13.4	9.6	14.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	353.3	344.7	407.1	312.9	321.4
11	Gasoline service stations	163.7	169.6	147.0	136.1	147.5
12	Automotive parts, accessories and services	91.8	86.4	95.6	73.8	95.1
13	General merchandise stores	323.6	225.0	226.1	187.9	302.3
14	Other semi-durable goods stores	61.4	45.0	50.6	37.1	58.8
15	Other durable goods stores	72.2	50.2	46.5	33.9	56.5
16	Other retail stores	96.8	79.2	74.5	62.8	88.9
17	Total, all stores	1,961.3	1,725.5	1,769.8	1,512.2	1,861.5

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
3.6	2.2	3.5	2.7	2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.3	1.5	-0.6	-1.0	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
5.5	7.7	14.2	15.1	10.5	Magasins de chaussures	4
1.3	0.9	8.4	12.3	4.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
9.9	3.5	3.3	-2.5	-2.8	Magasins de vêtements pour dames	6
12.1	11.4	8.7	3.2	14.7	Autres magasins de vêtements	7
4.6	2.2	1.9	-4.8	5.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
9.4	13.4	17.4	4.9	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.4	12.3	17.2	18.2	14.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.7	-0.4	-0.1	-2.7	-5.8	Stations-service	11
11.0	11.2	14.1	13.8	7.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.2	2.8	4.1	4.1	-1.1	Magasins de marchandises diverses	13
2.7	10.1	5.1	1.2	-0.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.2	9.1	3.5	4.3	-1.6	Autres magasins de produits durables	15
14.3	11.3	2.6	2.4	-4.7	Autres magasins de vente au détail	16
8.2	6.8	7.3	5.9	3.5	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
0.3	-0.3	-0.4	5.1	4.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.9	-2.1	-2.6	-2.9	-7.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
16.1	0.9	5.4	8.5	1.7	Magasins de chaussures	4
-2.2	-2.9	1.3	4.8	5.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.1	-9.1	-4.2	-2.8	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
5.2	9.3	2.8	-3.0	5.5	Autres magasins de vêtements	7
6.7	-5.6	6.9	3.6	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-0.2	2.4	21.2	17.2	32.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
9.9	4.1	13.7	6.9	5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.0	13.4	4.1	1.1	-5.1	Stations-service	11
-3.5	-4.3	3.7	9.4	6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.1	4.2	4.8	8.5	1.2	Magasins de marchandises diverses	13
4.4	-2.9	-9.4	8.9	-1.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
27.8	12.7	1.9	1.6	1.4	Autres magasins de produits durables	15
9.0	11.7	5.9	7.7	3.9	Autres magasins de vente au détail	16
5.4	2.9	4.4	5.5	3.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	371.9	371.6	369.0	333.2	368.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	108.3	105.1	108.5	98.7	103.6
4	Shoe stores	12.1	9.4	9.9	6.8	9.5
5	Men's clothing stores	18.3	10.0	12.3	8.7	15.9
6	Women's clothing stores	30.2	23.3	24.0	17.7	29.3
7	Other clothing stores	42.3	28.7	24.3	20.8	37.2
8	Household furniture and appliance stores	67.6	48.5	44.6	40.9	55.1
9	Household furnishings stores	19.4	16.4	15.3	13.2	16.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	370.5	324.8	359.5	286.5	305.1
11	Gasoline service stations	134.0	145.5	129.2	113.6	124.0
12	Automotive parts, accessories and services	130.1	127.8	131.1	87.0	93.2
13	General merchandise stores	260.8	196.9	199.2	160.3	245.0
14	Other semi-durable goods stores	59.9	43.6	50.1	35.9	62.8
15	Other durable goods stores	48.6	38.3	41.3	29.5	56.8
16	Other retail stores	78.2	75.2	73.8	53.6	83.6
17	Total, all stores	1,764.4	1,575.8	1,602.8	1,315.4	1,618.0
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,380.3	1,367.4	1,347.7	1,282.2	1,357.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	301.5	261.1	268.0	278.7	330.8
4	Shoe stores	45.1	38.8	33.1	24.0	33.2
5	Men's clothing stores	75.6	40.3	44.6	35.7	74.3
6	Women's clothing stores	136.5	97.0	89.6	69.6	116.0
7	Other clothing stores	165.9	128.5	109.5	88.7	154.7
8	Household furniture and appliance stores	334.2	258.2	252.3	228.3	321.3
9	Household furnishings stores	57.8	61.8	57.8	53.9	68.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,106.5	1,219.3	1,506.2	1,052.0	1,001.4
11	Gasoline service stations	389.9	457.9	389.0	333.7	382.3
12	Automotive parts, accessories and services	388.8	367.1	381.9	290.0	332.8
13	General merchandise stores	750.4	525.0	523.3	433.0	738.3
14	Other semi-durable goods stores	223.4	189.4	184.2	139.9	229.7
15	Other durable goods stores	209.1	174.4	149.5	113.3	196.4
16	Other retail stores	407.8	343.4	275.2	197.3	288.1
17	Total, all stores	6,016.6	5,565.5	5,648.0	4,652.4	5,672.6

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
0.9	0.1	3.9	1.1	5.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
4.6	17.3	21.2	10.1	13.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
27.0	13.3	15.2	5.0	3.4	Magasins de chaussures	4
14.9	16.9	31.1	15.8	0.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.0	1.4	-12.9	-21.4	-11.9	Magasins de vêtements pour dames	6
13.5	3.8	-8.8	-13.0	0.4	Autres magasins de vêtements	7
22.6	24.0	28.4	14.8	19.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
15.7	5.3	1.6	5.9	-3.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
21.4	11.1	12.1	14.9	24.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
8.1	8.8	7.4	5.5	6.5	Stations-service	11
39.6	35.3	34.9	23.4	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.5	12.2	14.9	10.6	2.7	Magasins de marchandises diverses	13
-4.5	-6.5	-2.5	-6.7	-2.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
-14.5	-8.2	5.0	-2.7	6.0	Autres magasins de produits durables	15
-6.4	13.7	14.6	6.5	15.4	Autres magasins de vente au détail	16
9.0	9.0	10.8	6.9	8.7	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
1.7	4.0	5.9	8.8	13.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-8.9	-6.9	0.3	6.0	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
35.8	24.7	14.5	10.2	6.3	Magasins de chaussures	4
1.8	-8.5	-0.8	5.8	14.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
17.6	-9.9	-11.3	-5.6	4.6	Magasins de vêtements pour dames	6
7.3	6.8	6.7	0.3	24.7	Autres magasins de vêtements	7
4.0	-3.3	-0.5	8.1	21.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-15.7	2.3	1.1	14.1	13.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.5	21.9	30.1	19.2	14.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
2.0	6.6	2.4	-1.1	8.5	Stations-service	11
16.8	15.2	20.2	16.0	8.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.6	-0.7	-3.1	-1.9	-17.7	Magasins de marchandises diverses	13
-2.7	0.7	-13.7	-4.1	-3.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.5	9.9	-0.3	-	-1.5	Autres magasins de produits durables	15
41.5	26.8	6.6	-3.9	-3.7	Autres magasins de vente au détail	16
6.1	7.8	8.9	7.5	5.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,817.6	1,766.2	1,689.8	1,542.7	1,637.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	439.6	372.7	362.0	361.5	428.7
4	Shoe stores	60.0	55.7	51.8	41.9	52.2
5	Men's clothing stores	92.8	54.9	54.4	42.9	76.8
6	Women's clothing stores	167.6	132.5	118.3	93.8	146.4
7	Other clothing stores	205.7	158.7	128.4	109.0	175.6
8	Household furniture and appliance stores	443.9	340.0	312.3	282.4	366.7
9	Household furnishings stores	108.3	99.3	90.1	89.0	127.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,640.0	1,848.2	1,805.3	1,398.1	1,258.1
11	Gasoline service stations	498.0	566.5	490.1	421.2	485.2
12	Automotive parts, accessories and services	313.9	313.0	307.1	283.4	325.9
13	General merchandise stores	1,019.1	740.3	728.9	603.9	1,001.6
14	Other semi-durable goods stores	353.8	292.1	286.5	202.2	298.3
15	Other durable goods stores	301.3	252.0	247.2	215.1	324.5
16	Other retail stores	480.6	445.8	401.0	334.5	441.0
17	Total, all stores	8,089.5	7,570.0	7,185.7	6,119.5	7,266.0
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	45.5	45.3	44.3	37.9	42.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.2	0.8	0.9	0.6	1.2
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	3.6	3.5	3.3	3.0	4.2
9	Household furnishings stores	1.4	1.3	1.3	1.1	1.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.8	18.2	20.6	15.6	16.0
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	57.6	49.5	52.2	43.4	54.0
14	Other semi-durable goods stores	7.5	6.9	5.8	4.1	6.2
15	Other durable goods stores	5.4	4.7	4.4	2.8	4.7
16	Other retail stores	11.0	10.7	9.2	7.6	11.2
17	Total, all stores	180.5	174.7	172.1	141.0	168.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
11.0	8.8	10.0	7.3	6.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.5	3.2	5.9	11.3	15.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
14.9	15.8	15.1	13.9	9.5	Magasins de chaussures	4
20.8	22.0	24.3	17.9	10.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
14.5	12.4	6.8	4.7	7.4	Magasins de vêtements pour dames	6
17.1	15.6	11.6	4.6	7.0	Autres magasins de vêtements	7
21.1	13.1	19.2	11.4	7.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-15.0	-13.5	-16.8	-5.9	13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
30.4	27.6	18.8	7.0	1.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
2.6	0.7	-1.0	-7.0	4.4	Stations-service	11
-3.7	-5.0	-2.5	2.4	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.7	5.7	5.8	8.4	2.0	Magasins de marchandises diverses	13
18.6	15.5	7.8	12.2	15.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-7.2	8.8	21.7	32.0	21.5	Autres magasins de produits durables	15
9.0	6.5	8.3	6.6	4.9	Autres magasins de vente au détail	16
11.3	11.2	9.9	6.8	6.3	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
7.9	6.2	10.1	11.1	12.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.8	-25.5	-8.5	-24.8	5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
-12.8	-7.5	5.0	22.2	28.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-7.7	-2.8	-12.5	-11.2	21.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.3	0.8	14.0	13.8	2.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.6	8.7	12.0	18.9	7.5	Magasins de marchandises diverses	13
22.0	7.7	8.1	14.3	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.2	3.5	-0.6	-1.0	4.8	Autres magasins de produits durables	15
-1.5	-	-11.1	1.4	11.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.0	6.3	8.8	12.4	8.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventures				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	13.1	14.6	14.6	12.2	13.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.9	1.0	0.7	0.7	1.5
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.5	6.4	8.7	5.3	6.9
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.0	3.5	2.5	1.4	2.4
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	51.4	54.5	52.5	39.7	51.8
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	32.4	30.7	29.7	25.6	28.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.7	2.5	2.6	2.3	2.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.3	11.8	11.9	10.3	9.1
11	Gasoline service stations	4.2	5.0	4.3	4.3	3.0
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.5	3.4	3.3	2.7	3.8
15	Other durable goods stores	2.9	2.6	2.5	1.8	2.8
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	129.0	120.2	119.7	101.3	116.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
-4.8	-8.5	-5.1	-6.6	1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
25.8	-14.7	-27.0	28.3	61.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-5.1	-2.1	7.5	-7.2	4.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
26.9	1.1	11.1	11.7	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
-0.7	-5.8	-3.0	-2.7	1.2	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
14.1	15.0	19.6	22.1	19.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-34.5	-4.2	20.0	20.5	15.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.2	2.3	19.3	28.7	1.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
37.0	94.1	54.7	56.5	23.6	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
18.9	15.5	6.0	15.7	4.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
4.6	12.9	1.3	8.4	19.0	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
10.4	13.0	15.0	19.7	11.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	95.4	96.1	95.8	95.8
2	All other food stores	90.1	92.3	92.3	92.7
3	Drugs and patent medicine stores	92.9	94.6	94.4	94.3
4	Shoe stores	94.5	97.9	98.5	98.4
5	Men's clothing stores	89.6	95.0	95.1	95.2
6	Women's clothing stores	92.7	95.3	93.2	92.8
7	Other clothing stores	87.0	94.3	95.4	96.3
8	Household furniture and appliance stores	92.1	96.2	93.7	95.8
9	Household furnishings stores	92.9	91.0	90.6	93.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	96.1	97.6	98.0	97.7
11	Gasoline service stations	92.4	96.9	96.0	96.8
12	Automotive parts, accessories and services	90.4	91.6	91.9	91.6
13	General merchandise stores	99.4	99.7	99.4	99.0
14	Other semi-durable goods stores	94.7	94.8	94.4	94.5
15	Other durable goods stores	93.1	95.1	95.0	94.8
16	Other retail stores	95.6	97.9	97.0	97.8
17	Total, all stores	94.6	96.4	96.2	96.2
Regions					
18	Newfoundland	96.3	97.1	97.5	96.5
19	Prince Edward Island	95.4	96.0	96.2	96.3
20	Nova Scotia	95.9	96.5	96.8	97.0
21	New Brunswick	95.8	97.2	96.6	96.1
22	Quebec	94.9	96.7	96.3	96.4
23	Ontario	93.1	95.3	95.2	95.5
24	Manitoba	95.2	97.0	97.0	96.3
25	Saskatchewan	95.5	97.1	96.6	96.4
26	Alberta	95.3	96.9	96.3	96.5
27	British Columbia	96.7	98.0	97.9	97.5
28	Yukon	91.5	91.7	91.2	91.1
29	Northwest Territories	91.4	93.1	92.0	92.6

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.7	2.6	2.5	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
6.2	6.5	6.2	5.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.5	2.4	2.6	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
4.3	3.7	3.7	4.3	Magasins de chaussures 4
4.8	4.0	3.7	3.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.1	3.1	3.8	4.2	Magasins de vêtements pour dames 6
7.9	4.4	6.8	7.7	Autres magasins de vêtements 7
5.0	4.7	4.7	5.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
4.4	4.7	4.7	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.7	4.5	4.6	4.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.9	4.5	4.2	4.2	Stations-service 11
4.3	3.2	3.2	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.8	0.5	0.5	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
4.5	3.1	3.8	4.4	Autres magasins de produits semi-durables 14
5.4	5.0	5.1	4.8	Autres magasins de produits durables 15
3.9	2.1	3.1	2.4	Autres magasins de vente au détail 16
1.4	1.1	1.3	1.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.4	1.9	2.3	2.3	Terre-Neuve 18
2.1	1.7	2.2	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
3.7	2.6	4.0	3.7	Nouvelle-Écosse 20
2.7	2.0	2.4	2.6	Nouveau-Brunswick 21
2.4	2.1	2.2	2.3	Québec 22
3.2	2.3	2.8	3.1	Ontario 23
2.9	2.5	2.8	2.7	Manitoba 24
2.4	2.2	2.4	2.6	Saskatchewan 25
2.3	1.8	2.4	2.4	Alberta 26
1.9	1.6	2.0	2.1	Colombie-Britannique 27
1.0	1.3	1.1	0.9	Yukon 28
2.4	2.5	3.2	2.0	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Ao�t	July 1994 Juillet
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,173.6	4,181.0	4,155.0	4,153.2	4,089.3	4,170.5	4,169.9
2 All other food stores	358.0	340.9	321.3	342.3	324.2	331.5	316.8
3 Drugs and patent medicine stores	1,005.4	997.4	995.3	1,006.7	1,009.4	1,010.1	1,009.3
4 Shoe stores	145.4	147.4	154.0	149.4	140.8	160.9	147.9
5 Men's clothing stores	159.6	157.9	152.5	154.3	150.0	154.5	153.5
6 Women's clothing stores	358.7	353.8	347.0	345.3	335.4	336.6	331.5
7 Other clothing stores	408.5	405.3	400.6	392.9	394.7	399.9	383.3
8 Household furniture and appliance stores	792.7	787.5	742.3	762.5	730.9	722.0	720.5
9 Household furnishings stores	193.5	192.1	196.6	193.2	193.2	195.8	194.8
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,172.5	4,161.0	4,115.3	4,086.3	4,021.8	3,781.8	3,734.9
11 Gasoline service stations	1,151.3	1,177.9	1,181.1	1,201.4	1,218.6	1,213.7	1,217.4
12 Automotive parts, accessories and service	1,027.3	1,026.6	1,023.3	1,004.5	968.4	999.3	997.3
13 General merchandise stores	1,850.0	1,821.2	1,802.1	1,817.3	1,755.8	1,824.4	1,781.5
14 Other semi-durable goods stores	605.6	600.2	611.7	609.8	606.1	609.1	598.7
15 Other durable goods stores	490.1	452.0	482.3	471.6	455.8	479.6	474.2
16 Other retail stores	987.5	935.7	947.6	948.8	918.9	919.4	913.6
17 Total, all stores	17,879.7	17,737.8	17,628.1	17,639.5	17,313.2	17,309.2	17,145.0
Regions							
18 Newfoundland	285.6	285.6	285.6	293.3	287.2	285.1	287.3
19 Prince Edward Island	74.4	72.8	72.1	76.4	71.5	70.9	71.0
20 Nova Scotia	547.7	550.9	549.3	550.1	537.8	536.0	542.7
21 New Brunswick	412.8	416.2	420.8	415.8	391.5	409.6	412.3
22 Quebec	4,300.3	4,264.7	4,234.0	4,229.5	4,157.8	4,211.2	4,156.8
23 Ontario	6,650.0	6,582.5	6,571.7	6,511.3	6,418.3	6,370.3	6,259.4
24 Manitoba	588.5	594.8	588.9	594.9	567.8	582.4	574.5
25 Saskatchewan	538.8	532.7	536.2	547.8	528.8	521.2	526.3
26 Alberta	1,845.8	1,855.7	1,841.9	1,847.4	1,784.8	1,844.2	1,838.7
27 British Columbia	2,577.4	2,523.9	2,470.6	2,516.6	2,512.5	2,422.9	2,420.7
28 Yukon	17.7	17.4	16.4	16.4	16.1	16.1	16.0
29 Northwest Territories	40.7	40.5	40.5	40.0	39.1	39.2	39.3

TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,156.4	4,164.5	4,118.1	4,136.4	4,106.6	4,089.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
290.7	284.1	273.6	292.4	280.6	280.1	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,008.8	1,013.5	1,012.9	1,021.6	1,005.5	1,014.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
147.5	151.2	143.5	145.1	146.8	144.1	Magasins de chaussures	4
154.5	154.2	156.2	156.2	152.2	153.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
338.1	325.1	319.0	326.2	320.6	305.8	Magasins de vêtements pour dames	6
382.5	364.1	362.5	359.7	350.2	349.7	Autres magasins de vêtements	7
716.7	720.6	706.7	701.5	686.9	681.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
188.4	192.6	192.6	195.2	193.9	191.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,093.5	3,893.5	3,828.8	4,020.5	3,838.4	3,705.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,202.9	1,192.2	1,176.1	1,184.2	1,171.8	1,172.7	Stations-service	11
989.4	969.4	994.6	989.6	974.9	1,009.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,806.7	1,785.9	1,775.7	1,840.7	1,807.8	1,738.5	Magasins de marchandises diverses	13
588.1	585.0	580.0	558.2	560.3	563.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
476.4	474.3	465.1	485.9	458.7	452.1	Autres magasins de produits durables	15
881.1	874.7	851.1	854.7	853.1	847.9	Autres magasins de vente au détail	16
17,421.7	17,144.8	16,956.5	17,268.0	16,908.1	16,699.6	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
289.4	285.1	282.4	287.4	280.3	283.9	Terre-Neuve	18
72.0	72.2	71.8	73.6	72.4	75.7	Île-du-Prince-Édouard	19
540.3	530.9	543.1	566.1	543.2	549.8	Nouvelle-Écosse	20
422.1	413.2	407.9	417.0	425.9	423.7	Nouveau-Brunswick	21
4,283.9	4,223.8	4,089.0	4,200.4	4,166.3	4,192.2	Québec	22
6,412.3	6,281.9	6,266.9	6,399.4	6,203.3	6,028.2	Ontario	23
581.2	554.8	576.4	587.0	584.9	565.6	Manitoba	24
519.1	512.6	523.2	506.2	499.9	497.3	Saskatchewan	25
1,834.4	1,824.5	1,823.4	1,851.7	1,770.7	1,738.7	Alberta	26
2,411.9	2,390.3	2,317.2	2,323.6	2,306.4	2,289.6	Colombie-Britannique	27
16.5	16.7	16.4	16.7	16.6	16.6	Yukon	28
38.5	38.7	38.8	38.9	38.2	38.4	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	3,837.2	4,705.6	3,969.9	4,065.5	4,171.6	4,095.0	4,437.6
2 All other food stores	300.8	416.5	304.2	330.3	327.6	336.8	351.7
3 Drugs and patent medicine stores	953.0	1,244.8	986.5	1,011.2	1,005.1	1,000.7	969.4
4 Shoe stores	107.2	210.2	176.9	162.3	159.8	157.2	134.9
5 Men's clothing stores	116.4	338.1	187.5	157.0	141.9	125.0	126.7
6 Women's clothing stores	251.3	599.2	367.1	345.0	359.8	321.1	324.9
7 Other clothing stores	293.1	699.2	455.6	403.0	435.4	417.0	345.5
8 Household furniture and appliance stores	660.7	1,153.3	806.2	772.8	766.5	725.5	716.2
9 Household furnishings stores	148.0	237.3	215.9	200.2	203.0	211.8	201.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,184.9	3,400.9	3,851.3	3,938.6	3,983.1	3,895.7	3,949.3
11 Gasoline service stations	1,058.5	1,172.3	1,172.9	1,249.3	1,256.0	1,332.8	1,341.9
12 Automotive parts, accessories and service	844.1	1,140.1	1,134.3	1,007.2	956.4	1,006.9	1,036.7
13 General merchandise stores	1,302.7	3,166.1	2,249.3	1,879.2	1,705.5	1,754.6	1,640.2
14 Other semi-durable goods stores	426.5	963.4	652.1	579.3	601.1	626.0	598.7
15 Other durable goods stores	371.6	916.1	484.2	418.9	456.3	482.1	467.7
16 Other retail stores	719.1	1,467.1	899.0	902.1	932.6	942.9	1,024.6
17 Total, all stores	14,575.1	21,830.3	17,912.9	17,421.7	17,461.5	17,431.1	17,667.4
Regions							
18 Newfoundland	221.7	368.9	306.4	285.8	291.5	296.3	301.0
19 Prince Edward Island	58.1	89.9	73.2	73.1	74.1	78.8	82.0
20 Nova Scotia	442.7	698.2	562.8	540.5	547.1	546.5	563.4
21 New Brunswick	330.4	522.4	436.3	410.5	399.9	412.1	431.6
22 Quebec	3,391.6	4,949.3	4,179.0	4,129.2	4,202.2	4,257.6	4,323.7
23 Ontario	5,466.4	8,282.5	6,776.8	6,467.9	6,480.4	6,275.5	6,384.7
24 Manitoba	487.4	762.3	609.1	590.0	570.4	574.8	580.3
25 Saskatchewan	450.4	660.1	555.2	549.1	520.4	523.1	532.2
26 Alberta	1,523.8	2,325.5	1,865.4	1,825.7	1,800.3	1,880.4	1,884.8
27 British Columbia	2,156.2	3,102.9	2,492.8	2,493.8	2,520.2	2,527.5	2,522.3
28 Yukon	13.1	19.7	15.6	16.2	16.3	18.8	19.4
29 Northwest Territories	33.4	48.6	40.4	40.1	38.7	39.7	41.9

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars							Groupe de commerce - Canada	
4,296.3	4,164.2	4,173.5	4,107.7	3,653.9	3,904.1	3,837.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
306.8	293.2	270.6	282.9	238.7	233.0	300.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,005.4	995.7	989.2	1,013.4	912.0	959.9	953.0	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
151.6	160.2	150.1	118.2	86.5	111.4	107.2	Magasins de chaussures	4
159.2	150.3	144.5	116.4	86.6	114.7	116.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
340.2	332.9	314.7	281.0	205.6	217.2	251.3	Magasins de vêtements pour dames	6
364.6	336.9	333.3	312.5	224.7	252.2	293.1	Autres magasins de vêtements	7
712.8	659.3	657.0	649.1	525.7	566.5	660.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
202.3	191.0	181.4	177.4	147.8	144.7	148.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,873.2	4,809.4	4,414.6	4,242.2	3,071.2	2,776.1	3,184.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,266.0	1,209.4	1,093.8	1,136.0	1,027.3	1,089.9	1,058.5	Stations-service	11
1,107.3	1,080.3	1,008.0	912.5	744.1	812.6	844.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,747.5	1,701.2	1,648.8	1,590.5	1,248.8	1,231.5	1,302.7	Magasins de marchandises diverses	13
631.5	653.7	527.9	452.4	400.8	405.1	426.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
478.5	456.1	414.6	375.5	323.6	344.4	371.6	Autres magasins de produits durables	15
946.0	872.3	792.1	752.9	632.3	623.4	719.1	Autres magasins de vente au détail	16
18,589.3	18,066.2	17,114.2	16,520.7	13,529.4	13,786.8	14,575.1	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
302.3	289.5	281.0	269.6	217.9	224.2	221.7	Terre-Neuve	18
78.9	74.8	68.5	64.9	53.8	58.2	58.1	Île-du-Prince-Édouard	19
581.6	550.5	543.4	528.4	422.5	447.6	442.7	Nouvelle-Écosse	20
449.2	432.3	407.4	395.4	338.2	335.6	330.4	Nouveau-Brunswick	21
4,659.1	4,664.4	4,358.7	4,064.1	3,284.2	3,342.3	3,391.6	Québec	22
6,870.9	6,564.8	6,213.8	6,052.1	4,965.1	5,032.4	5,466.4	Ontario	23
615.2	580.7	573.9	566.4	475.3	470.5	487.4	Manitoba	24
550.5	527.1	525.2	488.6	402.9	423.9	450.4	Saskatchewan	25
1,932.2	1,888.5	1,827.3	1,771.9	1,417.4	1,463.1	1,523.8	Alberta	26
2,487.4	2,436.8	2,261.5	2,267.5	1,908.2	1,943.8	2,156.2	Colombie-Britannique	27
19.3	17.4	15.8	14.4	12.6	12.7	13.1	Yukon	28
42.7	39.2	37.7	37.4	31.4	32.5	33.4	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	66.6	170.1	127.4	102.6	66.6
Prince Edward Island	16.4	38.2	25.9	23.0	16.4
Nova Scotia	126.4	302.6	206.9	171.8	126.4
New Brunswick	102.7	229.2	167.2	142.5	102.7
Quebec	1,079.1	2,053.9	1,478.0	1,375.2	1,079.1
Ontario	1,737.0	3,681.2	2,506.4	2,235.8	1,737.0
Manitoba	149.0	328.0	223.3	200.1	149.0
Saskatchewan	143.7	282.7	200.0	184.8	143.7
Alberta	487.4	1,014.8	679.7	604.9	487.4
British Columbia	701.5	1,391.6	939.4	861.0	701.5
Yukon	4.1	8.0	5.0	5.1	4.1
Northwest Territories	16.6	27.5	22.1	22.1	16.6
Total	4,630.5	9,527.8	6,581.3	5,928.8	4,630.5

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Ao�t	July 1994 Juillet
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	66.6	170.1	127.4	102.6	95.1	97.2	90.3
Prince Edward Island	16.4	38.2	25.9	23.0	24.0	26.7	25.9
Nova Scotia	126.4	302.6	206.9	171.8	167.5	164.9	156.0
New Brunswick	102.7	229.2	167.2	142.5	131.2	135.1	126.0
Quebec	1,079.1	2,053.9	1,478.0	1,375.2	1,385.6	1,400.9	1,346.0
Ontario	1,737.0	3,681.2	2,506.4	2,235.8	2,209.9	2,135.2	2,047.4
Manitoba	149.0	328.0	223.3	200.1	182.0	189.7	172.4
Saskatchewan	143.7	282.7	200.0	184.8	172.4	179.0	168.7
Alberta	487.4	1,014.8	679.7	604.9	584.4	624.5	565.5
British Columbia	701.5	1,391.6	939.4	861.0	856.5	841.3	800.4
Yukon	4.1	8.0	5.0	5.1	5.1	5.9	5.7
Northwest Territories	16.6	27.5	22.1	22.1	20.7	20.6	21.1
Total	4,630.5	9,527.8	6,581.3	5,928.8	5,834.3	5,821.0	5,525.5

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					Régions
-2.8	5.5	1.5	4.0	-2.8	Terre-Neuve
-6.4	-0.4	-1.8	-0.7	-6.4	Île-du-Prince-Édouard
1.2	6.4	0.2	-	1.2	Nouvelle-Écosse
6.5	9.3	6.8	7.1	6.5	Nouveau-Brunswick
7.4	10.5	8.1	1.6	7.4	Québec
8.3	5.4	6.3	5.1	8.3	Ontario
6.8	8.1	5.5	5.3	6.8	Manitoba
2.5	4.6	4.3	8.7	2.5	Saskatchewan
2.0	3.3	0.8	-0.2	2.0	Alberta
7.3	5.3	6.3	8.6	7.3	Colombie-Britannique
18.6	12.1	-6.5	-0.7	18.6	Yukon
-0.5	5.3	8.7	13.2	-0.5	Territoires du Nord-Ouest
6.5	6.4	5.7	4.2	6.5	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
91.4	86.3	85.2	81.5	65.5	68.6	66.6	Terre-Neuve
24.3	22.4	20.3	19.3	16.0	17.5	16.4	Île-du-Prince-Édouard
160.0	150.1	147.9	145.2	119.5	124.9	126.4	Nouvelle-Écosse
134.4	129.9	119.6	114.4	95.1	96.4	102.7	Nouveau-Brunswick
1,433.9	1,421.0	1,312.7	1,185.6	942.9	1,004.9	1,079.1	Québec
2,170.7	2,069.3	1,965.5	1,879.2	1,563.8	1,603.9	1,737.0	Ontario
186.1	183.8	176.7	173.0	136.3	139.6	149.0	Manitoba
180.4	174.5	174.7	162.4	129.9	140.2	143.7	Saskatchewan
580.0	573.2	558.8	539.7	447.3	477.9	487.4	Alberta
805.2	800.4	774.3	762.7	625.5	653.6	701.5	Colombie-Britannique
5.4	4.8	5.0	4.2	3.6	3.5	4.1	Yukon
21.7	21.5	20.8	19.4	16.7	16.7	16.6	Territoires du Nord-Ouest
5,793.6	5,637.3	5,361.5	5,086.4	4,162.1	4,347.6	4,630.5	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.5	13,786.8	2.5	11,830.6	2.2
February	116.2	13,529.4	6.7	11,643.1	6.7
March	115.6	16,520.7	11.1	14,292.8	11.2
April	115.7	17,114.2	5.2	14,798.0	4.8
May	115.8	18,066.2	6.9	15,606.5	6.8
June	116.1	18,589.3	10.4	16,011.7	10.1
July	116.3	17,667.4	3.6	15,196.8	3.2
August	116.3	17,431.1	8.1	14,992.8	7.8
September	116.0	17,461.5	7.6	15,055.6	7.3
October	115.5	17,421.7	6.1	15,081.2	6.1
November	116.4	17,912.9	7.4	15,393.0	7.1
December	116.0	21,819.6	7.6	18,810.6	7.6
Year	116.0	207,320.7	7.0	178,712.7	6.8
1995:					
January	113.7	12,903.2	3.7	11,350.6	5.1
February					
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonné					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.7	15,956.8	1.1	13,791.7	1.1	Janvier
115.7	15,812.3	-0.9	13,662.8	-0.9	Février
115.4	15,932.9	0.8	13,800.9	1.0	Mars
115.3	16,046.4	0.7	13,913.4	0.8	Avril
115.6	16,050.4	-	13,881.8	-0.2	Mai
115.7	16,034.8	-0.1	13,864.6	-0.1	Juin
115.6	16,180.0	0.9	13,993.0	0.9	Juillet
115.9	16,274.3	0.6	14,043.1	0.4	Août
116.3	16,306.3	0.2	14,026.4	-0.1	Septembre
116.3	16,285.2	-0.1	13,997.8	-0.2	Octobre
116.5	16,439.1	0.9	14,116.8	0.9	Novembre
116.3	16,533.9	0.6	14,212.8	0.7	Décembre
115.9	193,852.4	...	167,305.1	...	Année
					1994:
115.9	16,699.6	1.0	14,409.1	1.4	Janvier
115.7	16,908.1	1.2	14,609.1	1.4	Février
115.2	17,268.0	2.1	14,995.9	2.6	Mars
115.3	16,956.5	-1.8	14,700.9	-2.0	Avril
115.6	17,144.8	1.1	14,835.8	0.9	Mai
115.8	17,421.7	1.6	15,038.5	1.4	Juin
116.1	17,145.0	-1.6	14,765.8	-1.8	Juillet
116.5	17,309.2	1.0	14,856.1	0.6	Août
116.6	17,313.2	-	14,847.3	-0.1	Septembre
116.4	17,625.8	1.8	15,146.2	2.0	Octobre
116.8	17,624.5	-	15,094.8	-0.3	Novembre
116.9	17,743.5	0.7	15,179.7	0.6	Décembre
116.1	207,159.9	...	178,479.2	...	Année
					1995:
113.8	15,077.9	-0.4	13,251.6	-0.2	Janvier
					Février
					Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de fils

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

ORDER FORM

Statistics Canada



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX TO:

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA☐ MasterCard

Card Number

Signature _____

Expiry Date	
-------------	--

☐ **Payment enclosed** \$

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

► **Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

 Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238



THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada / Statistique Canada

Canada

BON DE COMMANDE

Statistique Canada



Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

—
Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Veillez vous assurer de remplir le bon **au complet**.

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou Inscrire "A" pour les abonnements	Abonnement annuel ou prix de la publication			Quantité	Total \$
			Canada \$	États-Unis \$ US	Autres pays \$ US		
<p>► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.</p> <p>► TPS N° R121491807</p> <p>► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du <i>Receveur général du Canada — Publications.</i></p> <p>► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.</p>					TOTAL		
					RÉDUCTION (s'il y a lieu)		
					TPS (7 %) (Clients canadiens seulement)		
					TOTAL GÉNÉRAL		
<p>PF 093238</p>							

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

Hire our team of researchers for \$56 a year

Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



Subscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries.

Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584.

Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

S'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).

Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

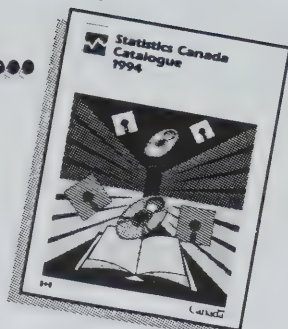
From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

... the 1994 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings...

The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section – so you can immediately flip to the information you need.

... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

Statistics Canada
Marketing Division
Sales and Service
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax:
(613) 951-1584

Call toll-free:
1-800-267-6677

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

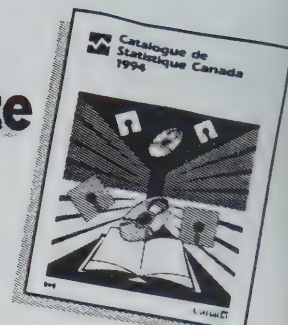
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et



conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section – pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPE.

Écrivez à :

Statistique Canada
Division du marketing
Vente et service
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584

Appels sans frais :
1-800-267-6677

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).





Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

February 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Février 1995

University of
Toronto
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

February 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Février 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

May 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 2

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mai 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 2

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

⊗

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» - «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.

⊗

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1993 - 1995	28
10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1994 Revised Historical Estimates)	30
11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1994 Revised Historical Estimates)	36

Appendix

I. Definitions	43
II. Methodology	45
III. Reliability of Data	49
IV. Seasonal Adjustment	53
V. Trade Group Coverage	55

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants, 1993 - 1995	28
10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1994)	30
11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1994)	36

Appendice

I. Définitions	43
II. Méthodologie	45
III. Fiabilité des données	49
IV. Désaisonnalisation	53
V. Couverture des groupes de commerce	55

Note to users

Unadjusted monthly retail trade estimates in current and constant dollars for 1994 and January 1995 have been revised. Seasonal factors and seasonally adjusted retail trade estimates in current and constant dollars for 1992 to January 1995 have also been revised.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles non ajustées du commerce de détail en dollars courants et constants pour 1994 et janvier 1995 ont été révisées. Les facteurs saisonniers ainsi que les estimations désaisonnalisées en dollars courants et constants de 1992 à janvier 1995 ont aussi été révisées.

HIGHLIGHTS

Consumers spent less on goods in February, following a pause in January. Before the recent slowdown, retail sales had grown steadily since mid-1993.

Retail sales decreased 0.5% to \$17.7 billion (seasonally adjusted) after a slight 0.1% decline in January. The latest drop coincided with declines in employment, manufacturing shipments and a slow housing market.

Quebec led the decline

Quebec retailers reported the largest drop in sales in February: sales plunged \$117 million, a 2.8% drop from January. This second consecutive decline brought retail sales in Quebec to a level slightly below that of April 1994.

Weakness in the employment sector and a sluggish housing market set the stage for Quebec's sales decline in February. Retail sales in the province have been volatile since the beginning of 1994.

Three other provinces reported declines. Gains in Ontario (+0.2%) and British Columbia (+0.5%) dampened the effect.

FAITS SAILLANTS

En février, les consommateurs ont diminué leurs dépenses en biens faisant suite à aucun changement du niveau des dépenses en janvier. Les ventes au détail ont augmenté constamment depuis la moitié de 1993 pour ralentir récemment.

Les ventes désaisonnalisées du commerce de détail ont diminué de 0.5% à \$17.7 milliards après une faible baisse de 0.1% en janvier. La baisse de février coïncide avec une faiblesse de l'emploi, des livraisons manufacturières et du marché de l'habitation.

Le Québec domine la baisse

En février, la baisse des ventes la plus importante a été déclarée par les détaillants du Québec. Les ventes au détail ont chuté de \$117 millions, une baisse de 2.8% par rapport à janvier. Cette deuxième baisse consécutive ramène le niveau des ventes légèrement inférieur à celui d'avril 1994.

La faiblesse de l'emploi et un marché de l'habitation en déclin ont pavé la voie à la faiblesse des ventes au Québec en février. Les ventes de cette province ne sont pas constantes depuis le début de 1994.

Trois autres provinces ont déclaré des diminutions de leurs ventes. Des gains en Ontario (+0.2%) et en Colombie-Britannique (+0.5%) ont tempéré la baisse générale.

Weaker sales in the automotive sector

February's decline in retail sales was evident in four of the seven sectors, accounting for 63% of total sales. The automotive, other retail store, and drug sectors all recorded large decreases in dollar terms. Increases were recorded in the food, clothing and general merchandise sectors.

Sales in the automotive sector fell 0.7%, the second consecutive monthly decline. Sales dropped 0.8% in January. Lower sales by new and used motor vehicle dealers and by retailers of automotive parts, accessories and services more than offset increases by gasoline service stations.

Sales by new and used motor vehicle dealers declined 1.2% in February 1995, a third decline in the latest four months. This coincided with a 0.6% drop in the number of new vehicles sold.

Weaker sales by drug and patent medicine stores also contributed to the overall decline in retail sales. In February, sales fell 1.1%, more than offsetting January's gain. In 1993, sales by drug and patent medicine stores had strong and steady growth. Sales levelled off during the first quarter of 1994. Since then, sales by drug stores have been decreasing.

Sales in the general merchandise sector (10% of total retail trade) were little changed (+0.1%) in February after strong increases in December (+1.7%) and January 1995 (+1.1%). The trend in sales has been increasing steadily since mid-1993.

Des ventes plus faibles dans le secteur de l'automobile

La baisse en février des ventes au détail s'est fait sentir dans quatre des sept secteurs, représentant 63% des ventes totales. En terme de dollars, les secteurs de l'automobile, des autres magasins de vente au détail et des pharmacies ont rapporté des baisses importantes. Des hausses sont à signaler dans les secteurs des aliments, du vêtement et des magasins de marchandises diverses.

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont baissé de 0.7%, la deuxième baisse mensuelle consécutive. Les ventes ont diminué de 0.8% en janvier. Des ventes plus faibles des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasions et des magasins de pièces, d'accessoires pour véhicules automobiles et services ont plus que compensé les hausses enregistrés dans les stations-service.

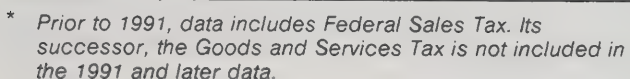
Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasions ont baissé de 1.2% en février, une troisième baisse au cours des quatre derniers mois. Ceci coïncide avec la baisse de 0.6% des ventes de véhicules automobiles neufs, en nombre d'unités.

Des ventes plus faibles des pharmacies et des magasins de médicaments brevetés ont aussi contribué à la baisse générale des ventes au détail. En février, les ventes ont chuté de 1.1%, contrebalançant du même coup la hausse de janvier. En 1993, les pharmacies et les magasins de médicaments brevetés ont enregistré une forte et constante croissance de leurs ventes. Au cours du premier trimestre de 1994, les ventes se sont stabilisées. Depuis, les ventes de ce secteur ont diminué.

Les ventes des magasins de marchandises diverses (représentant 10% des ventes totales du commerce de détail) n'ont presque pas changé (+0.1%) après des hausses importantes en décembre (+1.7%) et en janvier (+1.1%). La tendance dans les ventes continue d'augmenter depuis la moitié de 1993.

Retail Sales, Canada

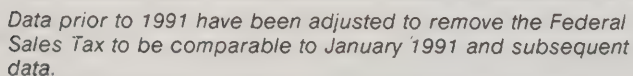
Ventes au détail, Canada



* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Retail Sales – Canada

Ventes au détail – Canada



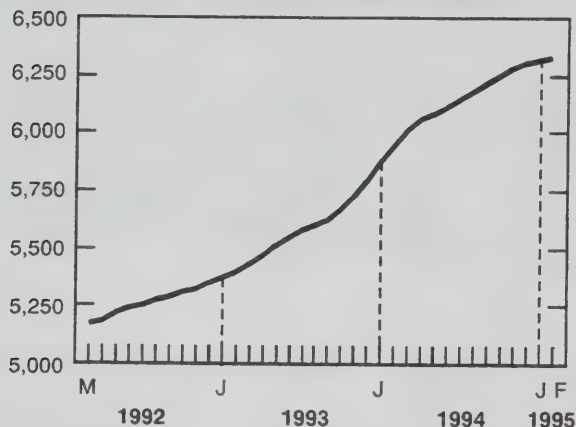
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

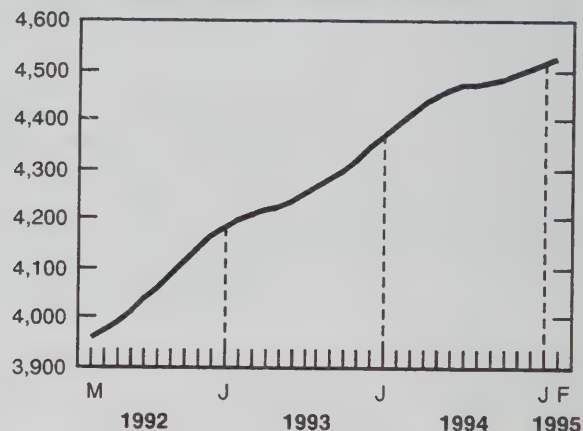
**Retail Sales Trends¹ - Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail - Canada,
par groupe principal**

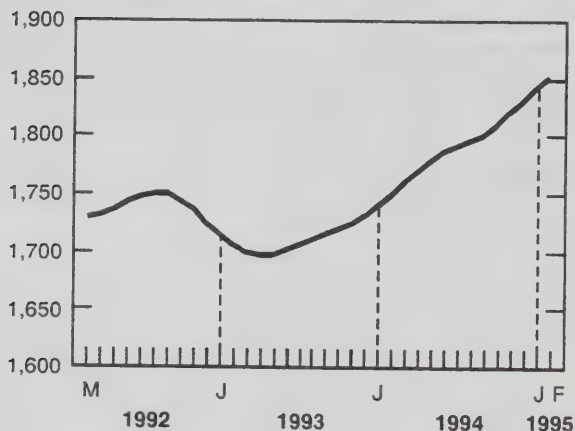
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



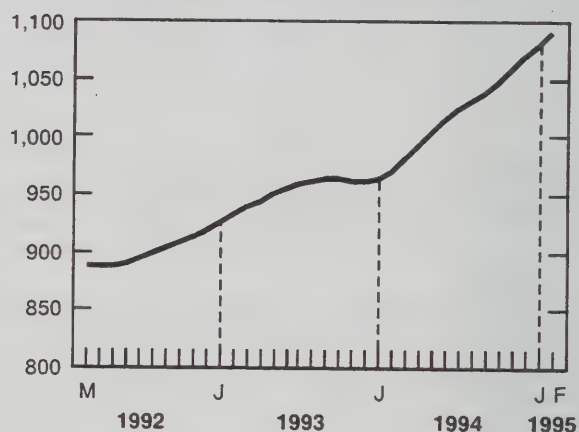
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



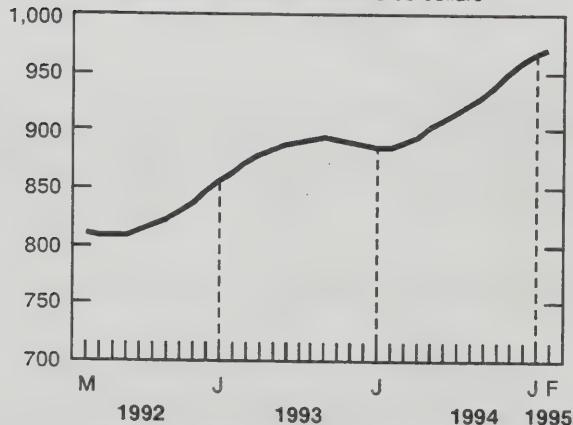
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



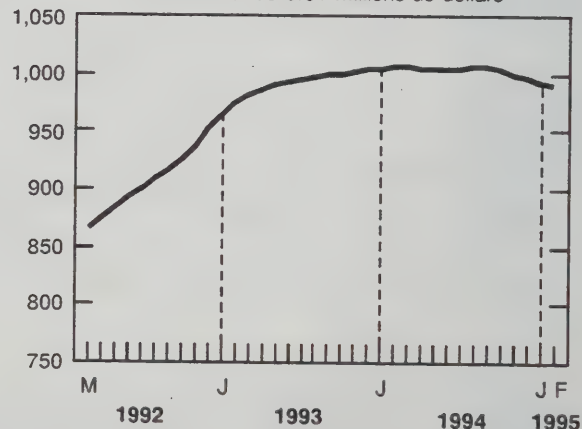
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre		February 1995 Février	January 1995 Janvier	
	millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,184.2	4,169.8	4,219.5	4,171.3	8,354.1	0.3	-1.2
2	All other food stores	347.3	354.1	339.3	321.4	701.4	-1.9	4.4
3	Drugs and patent medicine stores	984.9	996.3	993.7	994.3	1,981.2	-1.1	0.3
4	Shoe stores	144.6	143.0	147.6	150.7	287.6	1.1	-3.1
5	Men's clothing stores	144.8	142.0	138.1	132.9	286.9	2.0	2.9
6	Women's clothing stores	353.0	359.1	360.1	350.3	712.2	-1.7	-0.3
7	Other clothing stores	452.5	441.6	434.8	428.6	894.1	2.5	1.5
8	Household furniture and appliance stores	769.5	774.8	781.7	745.0	1,544.3	-0.7	-0.9
9	Household furnishings stores	193.1	193.7	191.2	194.6	386.8	-0.3	1.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,093.5	4,141.4	4,149.2	4,068.5	8,234.9	-1.2	-0.2
11	Gasoline service stations	1,144.7	1,136.6	1,179.6	1,185.9	2,281.3	0.7	-3.6
12	Automotive parts, accessories and services	1,016.0	1,019.5	1,021.4	1,016.1	2,035.6	-0.3	-0.2
13	General merchandise stores	1,859.9	1,857.4	1,837.8	1,806.2	3,717.3	0.1	1.1
14	Other semi-durable goods stores	581.5	595.5	597.9	609.8	1,177.0	-2.4	-0.4
15	Other durable goods stores	477.4	488.7	468.1	479.2	966.1	-2.3	4.4
16	Other retail stores	941.8	958.0	923.2	921.3	1,899.7	-1.7	3.8
17	Total, all stores	17,688.7	17,771.6	17,783.2	17,576.2	35,460.3	-0.5	-0.1
Regions								
18	Newfoundland	287.2	284.3	286.1	284.0	571.5	1.0	-0.6
19	Prince Edward Island	74.7	73.6	73.1	72.4	148.2	1.5	0.7
20	Nova Scotia	541.4	543.5	546.2	542.6	1,084.9	-0.4	-0.5
21	New Brunswick	411.1	409.0	420.2	410.9	820.0	0.5	-2.7
22	Quebec	4,121.7	4,238.7	4,268.1	4,234.6	8,360.3	-2.8	-0.7
23	Ontario	6,699.5	6,684.6	6,618.1	6,550.9	13,384.0	0.2	1.0
24	Manitoba	595.0	585.1	594.9	583.8	1,180.1	1.7	-1.6
25	Saskatchewan	531.2	534.6	533.6	531.9	1,065.8	-0.6	0.2
26	Alberta	1,822.4	1,825.9	1,854.7	1,816.3	3,648.3	-0.2	-1.6
27	British Columbia	2,546.2	2,534.6	2,529.7	2,491.5	5,080.8	0.5	0.2
28	Yukon	17.8	17.4	18.2	17.5	35.2	2.0	-4.4
29	Northwest Territories	40.5	40.5	40.3	39.9	81.0	0.2	0.3

TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						N°
December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif		
Per cent - pourcentage							Groupe de commerce - Canada	
1.2	0.7	1.9	1.8	4.0	3.1	1.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
5.6	-4.2	21.3	27.8	22.7	13.3	24.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.1	-1.0	-2.2	-1.0	-0.1	-0.7	-1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.0	3.8	-3.7	-1.2	9.0	9.9	-2.5	Magasins de chaussures	4
3.9	-0.8	-1.1	-4.4	-6.9	-13.3	-2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.8	0.1	8.1	17.3	13.5	9.8	12.6	Magasins de vêtements pour dames	6
1.5	5.2	28.1	25.9	23.3	20.9	27.0	Autres magasins de vêtements	7
4.9	-1.1	12.2	14.2	10.3	6.2	13.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-1.7	0.9	2.0	3.3	-1.3	3.3	2.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
2.0	-0.8	6.5	11.9	12.9	12.6	9.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.5	1.2	-3.9	-4.3	3.6	0.1	-4.1	Stations-service	11
0.5	2.1	4.9	3.2	9.8	10.8	4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.7	-0.4	2.7	8.7	6.1	5.0	5.6	Magasins de marchandises diverses	13
-2.0	-0.3	0.2	3.0	5.0	9.1	1.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.3	2.9	3.3	8.6	4.9	10.1	5.9	Autres magasins de produits durables	15
0.2	0.2	9.6	14.2	11.8	12.2	11.9	Autres magasins de vente au détail	16
1.2	0.2	4.2	6.7	7.8	7.0	5.5	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
0.7	-1.1	2.7	1.2	2.6	2.2	1.9	Terre-Neuve	18
0.9	-2.9	3.7	0.5	2.6	1.0	2.1	Île-du-Prince-Édouard	19
0.7	0.2	0.4	0.6	4.4	0.3	0.5	Nouvelle-Écosse	20
2.3	0.3	-4.8	-1.8	2.5	-1.1	-3.3	Nouveau-Brunswick	21
0.8	1.5	-1.9	2.3	6.7	5.0	0.2	Québec	22
1.0	0.5	8.4	11.1	8.8	9.2	9.7	Ontario	23
1.9	-1.2	1.7	3.2	7.3	3.2	2.4	Manitoba	24
0.3	-2.8	4.5	7.1	6.7	8.2	5.8	Saskatchewan	25
2.1	-1.1	1.7	3.6	5.2	4.0	2.6	Alberta	26
1.5	-0.7	9.6	10.4	11.6	11.4	10.0	Colombie-Britannique	27
4.5	-0.4	0.1	-0.8	12.5	2.1	-0.3	Yukon	28
1.1	-0.1	6.3	6.6	8.0	9.4	6.5	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	3,710.9	3,845.0	4,722.2	3,985.1	7,555.9
2	All other food stores	290.2	291.2	410.9	299.8	581.4
3	Drugs and patent medicine stores	885.3	947.3	1,248.4	991.3	1,832.6
4	Shoe stores	84.3	107.2	209.9	175.0	191.6
5	Men's clothing stores	86.8	105.2	298.3	162.2	192.0
6	Women's clothing stores	222.1	249.8	600.8	375.7	471.8
7	Other clothing stores	282.1	304.4	742.7	487.1	586.6
8	Household furniture and appliance stores	585.0	645.8	1,145.3	806.4	1,230.8
9	Household furnishings stores	147.5	148.0	237.0	217.7	295.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,267.7	3,192.1	3,411.5	3,849.0	6,459.8
11	Gasoline service stations	1,000.9	1,057.8	1,182.5	1,184.2	2,058.7
12	Automotive parts, accessories and services	770.8	836.6	1,134.6	1,122.0	1,607.4
13	General merchandise stores	1,280.9	1,309.5	3,211.3	2,256.8	2,590.4
14	Other semi-durable goods stores	413.2	425.0	961.0	650.4	838.2
15	Other durable goods stores	338.3	369.4	924.4	483.0	707.7
16	Other retail stores	694.9	695.5	1,445.8	881.5	1,390.4
17	Total, all stores	14,061.0	14,529.8	21,886.5	17,927.0	28,590.7
Regions						
18	Newfoundland	220.4	222.2	369.3	304.7	442.5
19	Prince Edward Island	55.7	57.9	89.3	72.9	113.6
20	Nova Scotia	418.3	438.8	692.9	556.9	857.1
21	New Brunswick	320.5	325.6	517.2	435.5	646.1
22	Quebec	3,217.5	3,389.8	4,960.8	4,195.2	6,607.2
23	Ontario	5,343.7	5,481.4	8,346.9	6,799.1	10,825.1
24	Manitoba	480.3	485.1	760.8	606.3	965.5
25	Saskatchewan	421.8	447.8	661.6	552.3	869.5
26	Alberta	1,445.8	1,505.4	2,312.9	1,853.7	2,951.3
27	British Columbia	2,090.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	4,219.9
28	Yukon	13.5	13.1	20.4	16.6	26.6
29	Northwest Territories	33.1	33.2	48.5	40.3	66.3

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.8	-1.5	7.0	4.3	0.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
21.1	26.0	22.3	15.2	23.5	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-2.2	-0.9	-0.9	-0.3	-1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.5	-3.8	13.8	9.2	-3.7	Magasins de chaussures 4
0.8	-8.0	-4.2	-12.9	-4.2	Magasins de vêtements pour hommes 5
7.1	14.2	15.1	11.3	10.7	Magasins de vêtements pour dames 6
27.0	22.7	23.6	19.7	24.7	Autres magasins de vêtements 7
11.6	13.8	12.4	3.3	12.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
1.9	4.3	-1.7	3.3	3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
6.3	15.3	9.5	13.4	10.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-4.0	-4.0	3.0	-0.2	-4.0	Stations-service 11
5.2	4.3	9.1	10.7	4.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
3.0	7.0	6.3	6.4	5.0	Magasins de marchandises diverses 13
-0.2	2.3	5.1	9.9	1.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.5	7.7	4.7	10.1	5.7	Autres magasins de produits durables 15
9.7	12.2	13.3	12.6	10.9	Autres magasins de vente au détail 16
3.9	5.6	7.9	7.4	4.8	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
2.3	0.2	3.0	2.5	1.2	Terre-Neuve 18
3.7	-0.2	3.6	0.1	1.6	Île-du-Prince-Édouard 19
-	-0.9	4.7	-0.5	-0.4	Nouvelle-Écosse 20
-5.1	-2.5	3.4	-0.2	-3.8	Nouveau-Brunswick 21
-2.3	1.4	7.4	5.5	-0.4	Québec 22
8.0	9.5	8.7	9.8	8.8	Ontario 23
1.4	2.1	8.5	3.9	1.8	Manitoba 24
4.0	5.3	6.4	9.2	4.7	Saskatchewan 25
1.3	2.7	5.8	4.4	2.0	Alberta 26
9.2	9.3	10.7	11.6	9.2	Colombie-Britannique 27
0.4	-3.6	10.4	0.9	-1.6	Yukon 28
5.9	2.6	8.7	10.9	4.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		No.				
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,778.9	12,759.4	12,605.3	11,629.4	12,336.0
2	All other food stores	1,036.8	1,018.2	917.7	749.4	873.6
3	Drugs and patent medicine stores	3,252.5	2,971.0	2,952.5	2,860.1	3,269.9
4	Shoe stores	545.1	454.7	456.3	313.6	500.6
5	Men's clothing stores	598.0	357.5	428.9	317.5	654.1
6	Women's clothing stores	1,329.7	1,007.8	990.2	706.5	1,190.2
7	Other clothing stores	1,653.2	1,244.4	1,061.8	780.5	1,398.3
8	Household furniture and appliance stores	2,722.7	2,192.6	2,019.9	1,737.3	2,521.8
9	Household furnishings stores	654.0	610.7	563.2	459.2	644.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,195.3	11,833.4	14,020.9	10,040.1	9,882.5
11	Gasoline service stations	3,576.0	3,824.3	3,533.4	3,268.8	3,567.0
12	Automotive parts, accessories and services	3,259.5	2,991.1	3,179.9	2,434.9	2,990.2
13	General merchandise stores	7,344.0	5,098.2	5,039.3	4,049.1	6,948.4
14	Other semi-durable goods stores	2,194.5	1,834.7	1,840.5	1,301.6	2,035.6
15	Other durable goods stores	1,820.3	1,403.1	1,350.9	1,039.8	1,712.9
16	Other retail stores	3,206.9	2,838.7	2,589.8	2,015.6	2,871.6
17	Total, all stores	57,167.5	52,439.8	53,550.7	43,703.5	53,397.4
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	269.9	289.5	269.8	240.2	274.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	75.8	64.9	65.6	63.8	71.9
4	Shoe stores	7.3	5.7	5.2	3.7	7.2
5	Men's clothing stores	7.7	3.5	3.9	2.4	8.1
6	Women's clothing stores	21.2	13.4	12.3	8.2	20.4
7	Other clothing stores	17.3	9.9	8.1	6.3	31.0
8	Household furniture and appliance stores	37.7	24.3	20.9	17.0	34.4
9	Household furnishings stores	5.0	4.0	3.6	2.7	5.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	119.4	158.3	192.8	125.6	113.1
11	Gasoline service stations	85.8	79.5	72.0	67.1	78.4
12	Automotive parts, accessories and services	44.7	42.4	46.0	33.3	49.2
13	General merchandise stores	167.4	114.0	103.8	83.1	157.0
14	Other semi-durable goods stores	39.7	31.8	29.2	18.3	31.5
15	Other durable goods stores	19.4	11.8	11.8	10.0	18.8
16	Other retail stores	32.1	22.1	19.1	17.2	32.0
17	Total, all stores	956.9	880.3	869.0	702.6	937.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
Canada						
3.6	4.2	5.0	4.6	4.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
18.7	16.2	2.2	1.5	5.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.5	1.0	1.6	3.2	7.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.9	10.3	9.0	11.0	8.5	Magasins de chaussures	4
-8.6	-5.0	2.2	9.8	6.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.7	4.1	2.3	2.0	1.8	Magasins de vêtements pour dames	6
18.2	12.5	7.9	0.7	6.4	Autres magasins de vêtements	7
8.0	1.7	2.9	-0.4	7.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.4	3.5	0.6	1.6	6.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.3	10.8	15.6	15.7	10.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
0.3	-0.2	-0.5	-0.8	-0.1	Stations-service	11
9.0	8.1	10.0	9.6	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.7	4.3	4.1	6.1	-0.7	Magasins de marchandises diverses	13
7.8	10.2	6.2	6.2	2.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.3	8.9	7.8	9.1	4.1	Autres magasins de produits durables	15
11.7	8.3	3.8	3.5	-1.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.1	6.1	7.1	6.6	4.6	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
-1.8	6.1	4.1	-2.4	1.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.4	4.8	5.7	3.2	1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.1	3.6	4.2	9.2	-2.4	Magasins de chaussures	4
-4.7	-2.8	8.4	15.4	14.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
4.2	-2.1	0.3	1.3	11.6	Magasins de vêtements pour dames	6
-44.3	-47.0	-53.0	-44.8	3.0	Autres magasins de vêtements	7
9.7	-0.3	1.7	1.5	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-3.1	2.8	-2.6	-9.0	-11.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.7	5.8	12.7	15.0	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
9.5	-10.9	-8.7	-10.3	-7.5	Stations-service	11
-9.2	8.1	15.7	15.0	8.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.7	7.8	5.5	9.4	-4.3	Magasins de marchandises diverses	13
26.1	12.6	8.8	3.2	-8.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
3.3	4.7	9.5	25.8	-0.8	Autres magasins de produits durables	15
0.4	-2.1	-11.5	-	-3.6	Autres magasins de vente au détail	16
2.1	2.5	3.3	1.8	-0.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	55.2	56.7	50.7	46.6	51.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.9	16.7	16.1	15.4	17.8
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	5.6	6.8	3.6	2.2	5.2
8	Household furniture and appliance stores	7.6	6.7	6.1	5.1	8.1
9	Household furnishings stores	1.9	2.4	2.2	1.7	2.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	40.9	40.7	53.1	34.5	35.9
11	Gasoline service stations	23.1	28.6	23.6	22.3	25.1
12	Automotive parts, accessories and services	14.3	13.8	14.3	10.4	14.3
13	General merchandise stores	32.0	24.0	21.6	16.4	32.5
14	Other semi-durable goods stores	11.1	11.5	8.8	5.9	10.4
15	Other durable goods stores	4.0	2.9	2.4	2.0	4.3
16	Other retail stores	12.5	15.3	11.3	8.6	12.3
17	Total, all stores	235.0	235.1	221.3	176.2	229.3
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	458.5	473.4	439.0	386.8	436.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.6	111.8	108.2	111.7	126.9
4	Shoe stores	11.2	9.5	8.9	6.7	11.2
5	Men's clothing stores	12.9	6.3	6.9	5.4	15.2
6	Women's clothing stores	39.6	27.7	26.4	19.1	40.3
7	Other clothing stores	44.9	28.2	22.1	17.8	35.4
8	Household furniture and appliance stores	53.0	41.7	38.3	36.6	53.0
9	Household furnishings stores	16.8	14.8	13.1	9.0	12.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	298.7	336.2	415.3	313.0	278.1
11	Gasoline service stations	124.4	140.1	139.4	140.9	174.0
12	Automotive parts, accessories and services	85.3	76.2	86.5	58.1	82.6
13	General merchandise stores	266.3	171.3	162.1	127.3	263.6
14	Other semi-durable goods stores	70.2	52.4	48.1	37.3	63.9
15	Other durable goods stores	40.8	26.2	24.0	19.1	40.5
16	Other retail stores	109.0	105.7	93.7	74.6	108.0
17	Total, all stores	1,785.9	1,646.7	1,652.7	1,378.3	1,759.2

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Île-du-Prince-Édouard	
7.3	-1.3	-1.6	1.2	7.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-4.9	-0.5	-3.0	0.6	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
7.2	30.2	28.3	14.9	15.6	Autres magasins de vêtements	7
-5.9	7.8	10.6	23.6	22.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-20.9	16.6	2.9	27.5	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.9	-0.9	12.3	8.3	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.6	-10.4	-3.3	12.1	9.3	Stations-service	11
0.4	-1.3	4.3	9.9	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.4	6.5	3.9	11.2	3.5	Magasins de marchandises diverses	13
6.2	-10.5	-7.0	12.1	24.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.7	-10.5	10.3	-1.8	-11.5	Autres magasins de produits durables	15
1.7	7.8	0.4	-8.9	-11.8	Autres magasins de vente au détail	16
2.5	-0.4	3.1	6.2	4.9	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
5.1	3.7	-0.3	-4.1	-2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.6	3.2	-0.1	6.7	-0.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.3	7.6	10.5	31.0	18.9	Magasins de chaussures	4
-14.8	-9.6	-11.1	4.2	0.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.7	-0.4	-5.7	-2.3	3.5	Magasins de vêtements pour dames	6
26.7	21.4	11.2	4.1	4.0	Autres magasins de vêtements	7
-	2.7	2.4	7.4	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
31.6	21.7	22.6	-1.1	-13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.4	-1.8	1.9	24.3	10.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-28.5	-22.5	-13.1	2.4	10.3	Stations-service	11
3.4	0.9	9.6	12.2	27.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.0	-0.3	-1.2	4.1	2.9	Magasins de marchandises diverses	13
9.9	4.6	0.6	11.0	22.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.7	-0.2	-2.3	-3.2	-9.5	Autres magasins de produits durables	15
0.9	-0.4	-0.3	5.0	0.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.5	-0.6	-0.2	6.0	4.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	308.0	319.6	313.5	310.6	357.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	113.6	96.5	94.3	88.1	91.3
4	Shoe stores	10.8	8.3	8.1	5.2	9.2
5	Men's clothing stores	12.5	7.3	8.3	5.5	15.5
6	Women's clothing stores	32.7	23.1	21.8	15.2	32.6
7	Other clothing stores	26.0	18.7	15.5	12.8	27.7
8	Household furniture and appliance stores	51.7	37.2	34.0	30.8	48.0
9	Household furnishings stores	13.2	11.2	10.4	7.7	11.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	232.3	241.9	323.9	242.6	246.7
11	Gasoline service stations	116.1	123.4	109.3	95.8	107.5
12	Automotive parts, accessories and services	90.6	84.3	82.1	56.7	76.5
13	General merchandise stores	203.8	138.7	139.9	106.6	196.1
14	Other semi-durable goods stores	40.9	30.6	30.9	19.7	40.0
15	Other durable goods stores	33.5	22.3	20.0	14.1	27.8
16	Other retail stores	68.0	64.1	53.9	42.2	66.3
17	Total, all stores	1,361.0	1,235.1	1,275.8	1,060.2	1,363.6
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,550.6	3,597.8	3,610.5	3,301.8	3,466.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	741.8	733.3	745.4	694.5	799.8
4	Shoe stores	186.5	150.7	156.3	95.9	175.3
5	Men's clothing stores	144.8	94.6	116.0	74.0	147.6
6	Women's clothing stores	336.1	281.2	280.9	196.8	292.2
7	Other clothing stores	428.2	339.9	318.8	222.0	363.7
8	Household furniture and appliance stores	627.9	561.8	526.2	375.1	581.3
9	Household furnishings stores	145.8	142.7	138.6	89.9	140.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,331.2	2,783.6	3,610.6	2,373.4	2,282.3
11	Gasoline service stations	735.7	755.1	706.6	709.6	720.6
12	Automotive parts, accessories and services	827.2	731.5	815.2	582.3	776.4
13	General merchandise stores	1,456.9	1,092.1	1,101.0	851.3	1,361.8
14	Other semi-durable goods stores	489.9	465.5	466.9	292.2	419.2
15	Other durable goods stores	352.5	273.5	274.7	206.5	299.9
16	Other retail stores	543.0	429.9	455.2	329.4	489.2
17	Total, all stores	13,251.7	12,768.3	13,661.4	10,682.3	12,628.6

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce		N°
Variation par rapport à l'année précédente							
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4			
Per cent - pourcentage					Nouveau-Brunswick		
-13.9	-12.4	-9.1	-3.1	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
24.5	21.9	19.4	19.0	12.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
17.3	19.9	22.8	23.2	13.9	Magasins de chaussures	4	
-19.7	-4.9	9.0	-1.6	11.3	Magasins de vêtements pour hommes	5	
0.2	0.6	-3.0	1.5	10.4	Magasins de vêtements pour dames	6	
-6.1	-9.3	-7.4	-11.6	-17.2	Autres magasins de vêtements	7	
7.8	8.7	2.2	-2.0	-2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
18.9	13.2	6.5	5.5	6.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
-5.8	-16.7	-5.3	10.1	8.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
8.0	- -	7.3	9.8	15.4	Stations-service	11	
18.5	20.7	15.6	8.1	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
3.9	3.4	9.0	13.5	-0.3	Magasins de marchandises diverses	13	
2.1	-13.6	-10.3	-11.4	-8.6	Autres magasins de produits semi-durables	14	
20.7	30.2	17.0	8.5	-3.7	Autres magasins de produits durables	15	
2.5	-7.0	-13.0	-7.2	6.1	Autres magasins de vente au détail	16	
-0.2	-4.7	-0.9	4.5	3.8	Total, ensemble des magasins	17	
					Québec		
2.4	5.9	8.0	5.8	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
-7.3	-1.9	1.6	3.2	13.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
6.4	8.1	4.3	7.7	7.0	Magasins de chaussures	4	
-1.9	2.9	2.2	5.3	5.6	Magasins de vêtements pour hommes	5	
15.0	10.0	7.6	14.1	5.8	Magasins de vêtements pour dames	6	
17.7	6.8	3.1	1.3	-6.5	Autres magasins de vêtements	7	
8.0	-1.7	-2.4	-7.9	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
4.0	1.9	-7.4	-0.5	6.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
2.1	1.7	14.3	20.3	8.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
2.1	4.1	0.1	8.4	0.4	Stations-service	11	
6.5	5.5	3.9	6.4	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
7.0	9.7	8.7	11.8	8.3	Magasins de marchandises diverses	13	
16.9	14.8	15.7	4.8	1.5	Autres magasins de produits semi-durables	14	
17.6	11.3	11.8	11.1	9.7	Autres magasins de produits durables	15	
11.0	6.9	7.0	5.4	0.2	Autres magasins de vente au détail	16	
4.9	4.9	7.8	8.7	5.1	Total, ensemble des magasins	17	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	4,043.4	3,972.9	3,977.4	3,679.4	3,865.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,247.3	1,130.4	1,115.4	1,072.4	1,220.5
4	Shoe stores	196.6	164.0	172.2	121.0	188.3
5	Men's clothing stores	242.9	141.9	178.1	132.7	276.9
6	Women's clothing stores	519.7	375.7	380.1	260.0	466.1
7	Other clothing stores	624.5	462.6	378.4	270.4	515.7
8	Household furniture and appliance stores	1,015.2	815.2	725.5	659.5	972.5
9	Household furnishings stores	264.5	246.3	221.0	184.4	244.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,684.8	4,503.9	5,321.9	3,874.9	4,024.4
11	Gasoline service stations	1,303.0	1,356.0	1,304.6	1,217.5	1,312.9
12	Automotive parts, accessories and services	1,265.1	1,142.8	1,216.8	965.8	1,139.6
13	General merchandise stores	2,796.5	1,833.2	1,804.6	1,451.3	2,596.3
14	Other semi-durable goods stores	835.8	648.1	648.4	480.1	814.9
15	Other durable goods stores	730.9	541.3	527.6	394.0	682.7
16	Other retail stores	1,421.7	1,302.9	1,141.1	875.1	1,251.0
17	Total, all stores	21,601.2	19,066.4	19,466.3	15,910.3	19,892.6
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	480.0	478.5	474.9	459.8	477.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	72.9	63.6	63.7	61.8	71.3
4	Shoe stores	13.8	9.8	10.5	8.0	12.4
5	Men's clothing stores	17.5	10.0	12.7	9.6	21.6
6	Women's clothing stores	37.7	29.4	32.0	23.1	41.2
7	Other clothing stores	55.5	38.8	34.5	26.9	48.8
8	Household furniture and appliance stores	82.6	58.6	55.7	50.1	77.4
9	Household furnishings stores	14.7	13.2	13.3	9.9	14.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	352.7	342.0	403.7	310.4	321.4
11	Gasoline service stations	164.3	170.3	146.9	136.9	147.5
12	Automotive parts, accessories and services	86.7	85.5	95.2	71.9	95.1
13	General merchandise stores	322.8	224.1	223.1	186.7	302.3
14	Other semi-durable goods stores	61.8	45.8	51.5	36.3	58.8
15	Other durable goods stores	71.4	50.3	46.6	33.5	56.5
16	Other retail stores	96.1	76.9	73.0	63.1	88.9
17	Total, all stores	1,955.5	1,721.4	1,761.5	1,510.4	1,861.5

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
4.6	2.9	2.5	3.1	2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	0.6	-1.7	-2.2	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
4.4	7.6	11.2	12.9	10.5	Magasins de chaussures	4
-12.3	-8.5	2.4	12.2	4.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.5	3.6	3.3	-1.9	-2.8	Magasins de vêtements pour dames	6
21.1	16.2	11.5	2.0	14.7	Autres magasins de vêtements	7
4.4	1.1	0.6	-5.7	5.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
8.2	13.5	15.7	4.2	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.4	11.8	15.2	15.7	14.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.8	-2.7	-2.2	-4.7	-5.8	Stations-service	11
11.0	10.3	13.0	11.9	7.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.7	2.3	2.9	4.0	-1.1	Magasins de marchandises diverses	13
2.6	9.5	4.7	3.2	-0.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.1	7.5	3.4	3.3	-1.6	Autres magasins de produits durables	15
13.6	11.3	3.1	2.2	-4.7	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	6.4	6.3	5.0	3.5	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
0.5	-	-0.3	6.1	4.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.3	-1.9	-4.2	-2.6	-7.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
11.1	-1.1	3.4	4.9	1.7	Magasins de chaussures	4
-18.8	-16.2	-5.2	4.0	5.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-8.5	-9.6	-3.9	-3.7	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
13.8	14.0	6.0	-3.3	5.5	Autres magasins de vêtements	7
6.8	-5.7	6.8	2.5	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.3	2.3	20.2	21.1	32.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
9.7	3.2	12.7	6.1	5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.4	13.9	4.1	1.7	-5.1	Stations-service	11
-8.9	-5.4	3.3	6.6	6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.8	3.8	3.4	7.8	1.2	Magasins de marchandises diverses	13
5.2	-1.2	-7.6	6.7	-1.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
26.3	12.9	2.1	0.4	1.4	Autres magasins de produits durables	15
8.1	8.5	3.8	8.3	3.9	Autres magasins de vente au détail	16
5.1	2.7	3.9	5.4	3.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	373.7	388.4	383.8	345.9	368.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	108.3	105.2	109.7	106.4	103.6
4	Shoe stores	12.1	9.7	9.6	6.8	9.5
5	Men's clothing stores	14.3	8.2	11.0	8.6	15.9
6	Women's clothing stores	30.3	23.2	23.9	17.6	29.3
7	Other clothing stores	46.1	31.1	26.6	21.4	37.2
8	Household furniture and appliance stores	66.8	48.7	44.7	40.8	55.1
9	Household furnishings stores	20.1	16.0	15.1	13.1	16.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	371.5	327.6	362.7	286.4	305.1
11	Gasoline service stations	132.8	146.5	131.6	112.9	124.0
12	Automotive parts, accessories and services	131.5	126.9	131.7	90.7	93.2
13	General merchandise stores	258.1	181.9	183.3	148.3	245.0
14	Other semi-durable goods stores	60.1	45.9	52.7	38.6	62.8
15	Other durable goods stores	48.7	38.4	41.1	29.6	56.8
16	Other retail stores	77.3	69.2	63.9	48.1	83.6
17	Total, all stores	1,763.4	1,576.9	1,602.2	1,324.2	1,618.0
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,378.9	1,369.5	1,348.9	1,274.0	1,357.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	302.0	262.0	266.3	278.3	330.8
4	Shoe stores	44.9	39.3	32.5	23.8	33.2
5	Men's clothing stores	55.9	31.1	40.5	37.7	74.3
6	Women's clothing stores	137.9	96.3	89.4	69.1	116.0
7	Other clothing stores	185.7	140.4	115.9	88.2	154.7
8	Household furniture and appliance stores	330.0	254.6	252.5	229.9	321.3
9	Household furnishings stores	60.9	59.4	55.6	52.5	68.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,108.0	1,224.2	1,510.8	1,065.1	1,001.4
11	Gasoline service stations	387.7	448.9	403.2	336.6	382.3
12	Automotive parts, accessories and services	392.8	365.9	379.8	281.8	332.8
13	General merchandise stores	758.1	527.4	517.4	428.7	738.3
14	Other semi-durable goods stores	220.3	197.1	199.0	153.5	229.7
15	Other durable goods stores	209.8	174.3	150.1	113.1	196.4
16	Other retail stores	357.5	295.6	274.3	219.3	288.1
17	Total, all stores	5,977.8	5,520.7	5,671.9	4,684.3	5,672.6

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
1.4	4.6	8.0	4.9	5.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
4.5	17.3	22.5	18.7	13.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
27.0	16.3	11.9	6.0	3.4	Magasins de chaussures	4
-10.4	-3.9	17.4	14.8	0.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.2	0.9	-13.1	-22.1	-11.9	Magasins de vêtements pour dames	6
23.8	12.4	-0.3	-10.5	0.4	Autres magasins de vêtements	7
21.3	24.4	28.7	14.4	19.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
19.3	2.9	0.3	4.5	-3.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
21.7	12.0	13.2	14.9	24.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.1	9.6	9.4	4.8	6.5	Stations-service	11
41.0	34.4	35.5	28.6	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.4	3.7	5.7	2.3	2.7	Magasins de marchandises diverses	13
-4.2	-1.6	2.8	0.5	-2.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
-14.2	-8.1	4.4	-2.3	6.0	Autres magasins de produits durables	15
-7.6	4.5	-0.7	-4.5	15.4	Autres magasins de vente au détail	16
9.0	9.1	10.8	7.6	8.7	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
1.6	4.1	6.0	8.2	13.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-8.7	-6.6	-0.3	5.9	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
35.4	26.5	12.7	9.6	6.3	Magasins de chaussures	4
-24.7	-29.3	-10.0	11.8	14.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
18.9	-10.4	-11.5	-6.2	4.6	Magasins de vêtements pour dames	6
20.0	16.7	12.8	-0.2	24.7	Autres magasins de vêtements	7
2.7	-4.7	-0.4	8.9	21.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-11.1	-1.7	-2.7	11.3	13.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.6	22.4	30.5	20.7	14.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1.4	4.5	6.1	-0.2	8.5	Stations-service	11
18.0	14.9	19.5	12.8	8.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.7	-0.2	-4.2	-2.9	-17.7	Magasins de marchandises diverses	13
-4.1	4.8	-6.8	5.1	-3.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.9	9.8	0.1	-0.1	-1.5	Autres magasins de produits durables	15
24.1	9.1	6.3	6.8	-3.7	Autres magasins de vente au détail	16
5.4	6.9	9.4	8.3	5.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,815.6	1,768.3	1,692.3	1,546.4	1,637.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	439.4	379.4	360.9	361.5	428.7
4	Shoe stores	59.5	56.1	51.3	41.3	52.2
5	Men's clothing stores	86.4	52.5	49.8	40.5	76.8
6	Women's clothing stores	169.0	133.0	119.1	94.4	146.4
7	Other clothing stores	214.9	163.7	134.9	110.2	175.6
8	Household furniture and appliance stores	444.9	339.9	312.1	288.9	366.7
9	Household furnishings stores	109.7	99.5	89.1	87.1	127.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,638.9	1,856.9	1,805.5	1,398.5	1,258.1
11	Gasoline service stations	492.5	561.4	484.4	419.1	485.2
12	Automotive parts, accessories and services	315.8	315.9	307.2	279.2	325.9
13	General merchandise stores	1,024.5	743.2	730.9	605.8	1,001.6
14	Other semi-durable goods stores	356.5	298.6	298.8	215.5	298.3
15	Other durable goods stores	303.4	255.6	246.4	214.7	324.5
16	Other retail stores	479.0	446.5	395.2	330.5	441.0
17	Total, all stores	8,095.9	7,611.3	7,193.7	6,131.2	7,266.0
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	45.0	44.9	44.5	38.0	42.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.4	1.1	1.2	0.8	1.2
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	5.1	4.0	3.8	3.6	4.2
9	Household furnishings stores	1.5	1.4	1.3	1.2	1.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.8	18.0	20.5	15.6	16.0
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	57.6	48.4	51.6	43.7	54.0
14	Other semi-durable goods stores	8.1	7.4	6.1	4.2	6.2
15	Other durable goods stores	5.7	6.6	6.2	3.3	4.7
16	Other retail stores	10.7	10.6	9.0	7.6	11.2
17	Total, all stores	183.3	177.6	174.9	143.3	168.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
10.9	8.9	10.1	7.6	6.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.5	5.0	5.6	11.3	15.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
14.1	16.6	14.0	12.1	9.5	Magasins de chaussures	4
12.5	16.7	13.8	11.3	10.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
15.5	12.9	7.6	5.3	7.4	Magasins de vêtements pour dames	6
22.4	19.3	17.2	5.7	7.0	Autres magasins de vêtements	7
21.3	13.1	19.1	14.0	7.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-13.8	-13.3	-17.6	-7.9	13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
30.3	28.2	18.8	7.0	1.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1.5	-0.2	-2.2	-7.5	4.4	Stations-service	11
-3.1	-4.2	-2.5	0.9	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.3	6.2	6.1	8.7	2.0	Magasins de marchandises diverses	13
19.5	18.1	12.5	19.6	15.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.5	10.3	21.3	31.7	21.5	Autres magasins de produits durables	15
8.6	6.7	6.8	5.3	4.9	Autres magasins de vente au détail	16
11.4	11.8	10.0	7.0	6.3	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
6.9	5.3	10.6	11.4	12.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.0	-2.3	13.4	-0.7	5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
21.7	6.6	21.3	47.7	28.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.9	0.1	-9.9	-8.6	21.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4.9	-	13.7	13.8	2.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.7	6.4	10.7	19.8	7.5	Magasins de marchandises diverses	13
32.3	14.9	14.3	16.9	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
22.7	45.7	40.2	17.4	4.8	Autres magasins de produits durables	15
-4.6	-1.3	-13.1	0.8	11.2	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	8.1	10.5	14.2	8.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	13.1	14.5	14.0	12.4	13.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1	1.7	1.8	1.5
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.5	6.4	8.7	5.3	6.9
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.5	4.2	3.1	1.9	2.4
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	54.3	59.2	55.5	42.6	51.8
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	32.0	30.4	30.5	25.6	28.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.7	1.9	2.1	1.8	2.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.2	11.6	11.8	10.3	9.1
11	Gasoline service stations	4.1	4.9	4.3	4.3	3.0
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.7	3.1	3.1	2.3	3.8
15	Other durable goods stores	2.7	2.6	2.4	1.7	2.8
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	129.0	118.4	119.3	100.6	116.9

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1	Quarter 4 1993 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
-4.9	-8.9	-9.2	-5.3	1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
121.8	77.2	72.9	225.6	61.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-5.1	-2.1	7.5	-7.2	4.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
44.4	23.1	37.7	52.3	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
4.8	2.3	2.6	4.6	1.2	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
12.6	13.9	22.8	21.9	19.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-34.5	-25.4	-3.0	-3.7	15.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
12.4	1.1	18.8	28.7	1.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
36.4	92.8	54.7	55.7	23.6	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
24.6	5.3	-2.2	-2.2	4.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.6	11.4	-2.0	4.9	19.0	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
10.3	11.3	14.7	18.8	11.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada				
1 Supermarkets and grocery stores	94.4	97.1	96.7	96.5
2 All other food stores	89.7	93.1	95.5	95.8
3 Drugs and patent medicine stores	94.2	94.6	94.9	94.4
4 Shoe stores	88.0	98.1	97.9	98.4
5 Men's clothing stores	95.1	96.7	96.6	95.7
6 Women's clothing stores	83.8	93.9	95.3	92.6
7 Other clothing stores	94.2	91.9	96.3	96.5
8 Household furniture and appliance stores	93.9	96.1	97.2	94.7
9 Household furnishings stores	92.2	96.5	92.4	91.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	97.0	98.1	97.9	98.5
11 Gasoline service stations	94.2	95.0	97.2	96.5
12 Automotive parts, accessories and services	91.4	92.7	92.6	92.8
13 General merchandise stores	99.5	99.6	99.7	99.6
14 Other semi-durable goods stores	93.3	97.0	95.8	95.5
15 Other durable goods stores	93.4	96.5	97.3	97.3
16 Other retail stores	95.9	97.5	98.2	97.6
17 Total, all stores	95.0	96.7	97.1	96.8
Regions				
18 Newfoundland	97.5	96.9	96.9	97.5
19 Prince Edward Island	95.3	97.1	97.3	97.5
20 Nova Scotia	95.3	97.2	97.3	97.3
21 New Brunswick	95.7	97.3	97.8	97.3
22 Quebec	94.1	97.5	97.7	97.1
23 Ontario	93.9	95.4	96.1	96.1
24 Manitoba	95.2	96.9	97.8	97.6
25 Saskatchewan	96.9	97.1	97.6	97.1
26 Alberta	95.2	96.8	97.4	96.7
27 British Columbia	97.9	98.2	98.1	98.0
28 Yukon	94.0	95.8	94.8	95.0
29 Northwest Territories	90.8	93.4	94.1	94.2

TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
2.8	2.7	2.6	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
6.2	6.1	6.6	6.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.3	2.4	2.4	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
4.0	4.3	3.7	3.7	Magasins de chaussures 4
5.0	5.6	4.6	4.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.1	4.2	3.1	3.7	Magasins de vêtements pour dames 6
7.5	7.4	4.4	6.4	Autres magasins de vêtements 7
5.0	5.1	4.7	4.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.0	4.6	4.7	4.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.7	4.6	4.6	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.0	4.0	4.6	4.2	Stations-service 11
4.8	4.2	3.2	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.2	1.3	0.8	0.9	Magasins de marchandises diverses 13
4.0	4.3	3.1	3.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.2	5.3	4.9	5.0	Autres magasins de produits durables 15
4.2	4.2	2.2	3.1	Autres magasins de vente au détail 16
1.4	1.4	1.1	1.3	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
2.4	3.1	2.4	2.3	Terre-Neuve 18
2.1	2.1	1.7	2.2	Île-du-Prince-Édouard 19
3.6	3.6	2.6	4.0	Nouvelle-Écosse 20
2.5	2.7	2.0	2.3	Nouveau-Brunswick 21
2.6	2.4	2.1	2.2	Québec 22
3.1	3.2	2.4	2.8	Ontario 23
3.9	2.9	2.4	2.8	Manitoba 24
2.5	2.4	2.2	2.4	Saskatchewan 25
4.1	2.4	1.8	2.5	Alberta 26
2.3	1.9	1.5	2.0	Colombie-Britannique 27
0.9	0.9	1.3	1.0	Yukon 28
2.1	2.4	2.5	3.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,184.2	4,169.8	4,219.5	4,171.3	4,141.7	4,116.3	4,166.7
2 All other food stores	347.3	354.1	339.3	321.4	335.4	327.8	328.4
3 Drugs and patent medicine stores	984.9	996.3	993.7	994.3	1,004.8	1,010.0	1,005.6
4 Shoe stores	144.6	143.0	147.6	150.7	145.1	143.2	159.5
5 Men's clothing stores	144.8	142.0	138.1	132.9	134.0	134.9	139.0
6 Women's clothing stores	353.0	359.1	360.1	350.3	349.9	342.2	342.5
7 Other clothing stores	452.5	441.6	434.8	428.6	407.5	416.9	422.4
8 Household furniture and appliance stores	769.5	774.8	781.7	745.0	753.2	727.3	722.8
9 Household furnishings stores	193.1	193.7	191.2	194.6	192.9	193.3	192.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,093.5	4,141.4	4,149.2	4,068.5	4,102.0	4,037.8	3,806.6
11 Gasoline service stations	1,144.7	1,136.6	1,179.6	1,185.9	1,171.6	1,181.3	1,192.7
12 Automotive parts, accessories and service	1,016.0	1,019.5	1,021.4	1,016.1	995.3	978.1	992.8
13 General merchandise stores	1,859.9	1,857.4	1,837.8	1,806.2	1,814.3	1,760.0	1,843.4
14 Other semi-durable goods stores	581.5	595.5	597.9	609.8	611.5	601.7	613.4
15 Other durable goods stores	477.4	488.7	468.1	479.2	465.5	456.6	478.4
16 Other retail stores	941.8	958.0	923.2	921.3	919.6	907.1	894.8
17 Total, all stores	17,688.7	17,771.6	17,783.2	17,576.2	17,544.5	17,334.3	17,301.3
Regions							
18 Newfoundland	287.2	284.3	286.1	284.0	287.1	285.7	283.9
19 Prince Edward Island	74.7	73.6	73.1	72.4	74.6	71.9	71.5
20 Nova Scotia	541.4	543.5	546.2	542.6	541.6	535.2	534.3
21 New Brunswick	411.1	409.0	420.2	410.9	409.6	394.4	400.4
22 Quebec	4,121.7	4,238.7	4,268.1	4,234.6	4,173.8	4,175.2	4,214.0
23 Ontario	6,699.5	6,684.6	6,618.1	6,550.9	6,517.0	6,420.4	6,358.2
24 Manitoba	595.0	585.1	594.9	583.8	590.9	574.1	581.7
25 Saskatchewan	531.2	534.6	533.6	531.9	547.1	530.3	524.2
26 Alberta	1,822.4	1,825.9	1,854.7	1,816.3	1,836.9	1,781.4	1,829.2
27 British Columbia	2,546.2	2,534.6	2,529.7	2,491.5	2,508.4	2,509.1	2,447.5
28 Yukon	17.8	17.4	18.2	17.5	17.5	17.5	17.4
29 Northwest Territories	40.5	40.5	40.3	39.9	39.9	39.2	38.8

TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,195.6	4,142.5	4,158.5	4,117.4	4,140.0	4,106.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
322.0	313.8	291.2	285.8	293.8	286.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,002.1	1,000.3	999.4	1,002.4	1,009.2	1,007.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
148.3	145.1	147.2	145.0	142.9	150.1	Magasins de chaussures	4
140.4	143.0	141.2	150.1	153.3	146.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
338.3	339.1	328.7	324.4	326.0	326.5	Magasins de vêtements pour dames	6
403.3	399.1	383.8	370.5	369.0	353.3	Autres magasins de vêtements	7
723.9	723.6	719.9	708.7	702.3	685.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.7	188.7	188.9	185.5	190.3	189.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,751.0	4,024.1	3,890.6	3,827.9	3,885.6	3,844.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,193.3	1,189.6	1,180.2	1,169.9	1,180.3	1,191.1	Stations-service	11
991.3	985.8	963.7	986.4	977.8	969.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,779.5	1,799.4	1,773.1	1,760.2	1,835.6	1,811.8	Magasins de marchandises diverses	13
607.0	598.6	595.2	592.8	585.3	580.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
474.8	472.5	469.0	467.2	470.6	462.0	Autres magasins de produits durables	15
904.2	882.5	871.9	856.2	872.1	859.1	Autres magasins de vente au détail	16
17,167.9	17,347.7	17,102.5	16,950.5	17,134.1	16,968.5	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
283.9	287.7	283.4	282.5	283.7	279.7	Terre-Neuve	18
70.7	71.6	71.8	71.5	73.3	72.0	Île-du-Prince-Édouard	19
535.3	535.4	527.4	532.6	553.5	539.5	Nouvelle-Écosse	20
405.1	415.8	411.7	402.9	413.2	431.7	Nouveau-Brunswick	21
4,165.4	4,247.7	4,216.4	4,122.5	4,200.7	4,199.8	Québec	22
6,298.0	6,364.7	6,246.4	6,212.1	6,262.2	6,181.5	Ontario	23
573.7	582.3	556.6	572.9	585.6	585.3	Manitoba	24
523.1	520.8	515.1	520.9	512.1	508.5	Saskatchewan	25
1,824.4	1,845.0	1,823.5	1,829.1	1,858.4	1,792.2	Alberta	26
2,432.0	2,420.3	2,393.6	2,347.4	2,335.5	2,322.4	Colombie-Britannique	27
17.7	17.4	17.6	17.8	17.7	17.8	Yukon	28
38.6	38.9	39.0	38.4	38.3	38.1	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	3,710.9	3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6	4,197.2	4,112.4
2 All other food stores	290.2	291.2	410.9	299.8	326.2	326.2	334.0
3 Drugs and patent medicine stores	885.3	947.3	1,248.4	991.3	1,012.8	1,008.6	998.9
4 Shoe stores	84.3	107.2	209.9	175.0	160.2	159.8	160.0
5 Men's clothing stores	86.8	105.2	298.3	162.2	137.5	126.6	112.7
6 Women's clothing stores	222.1	249.8	600.8	375.7	353.3	362.9	322.4
7 Other clothing stores	282.1	304.4	742.7	487.1	423.4	453.3	433.9
8 Household furniture and appliance stores	585.0	645.8	1,145.3	806.4	770.9	763.7	719.1
9 Household furnishings stores	147.5	148.0	237.0	217.7	199.3	200.5	209.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,267.7	3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8	3,989.8	3,900.4
11 Gasoline service stations	1,000.9	1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4	1,210.8	1,302.1
12 Automotive parts, accessories and service	770.8	836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8	962.2	1,001.1
13 General merchandise stores	1,280.9	1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9	1,701.7	1,776.6
14 Other semi-durable goods stores	413.2	425.0	961.0	650.4	583.1	593.6	630.6
15 Other durable goods stores	338.3	369.4	924.4	483.0	413.0	452.8	481.4
16 Other retail stores	694.9	695.5	1,445.8	881.5	879.7	912.5	918.2
17 Total, all stores	14,061.0	14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0	17,422.3	17,412.9
Regions							
18 Newfoundland	220.4	222.2	369.3	304.7	282.9	287.5	294.1
19 Prince Edward Island	55.7	57.9	89.3	72.9	72.7	73.8	79.5
20 Nova Scotia	418.3	438.8	692.9	556.9	536.1	542.7	546.8
21 New Brunswick	320.5	325.6	517.2	435.5	408.2	396.5	411.8
22 Quebec	3,217.5	3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7	4,196.8	4,260.3
23 Ontario	5,343.7	5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2	6,457.4	6,260.0
24 Manitoba	480.3	485.1	760.8	606.3	588.4	569.8	573.8
25 Saskatchewan	421.8	447.8	661.6	552.3	549.4	521.0	526.0
26 Alberta	1,445.8	1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1	1,783.6	1,861.9
27 British Columbia	2,090.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6	2,537.9	2,539.1
28 Yukon	13.5	13.1	20.4	16.6	17.3	17.7	20.4
29 Northwest Territories	33.1	33.2	48.5	40.3	40.2	37.9	39.1

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars							Groupe de commerce - Canada	
4,449.7	4,285.7	4,164.5	4,155.1	4,081.5	3,646.2	7,555.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
357.9	337.7	300.2	279.8	278.7	239.6	581.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
963.5	999.2	978.8	974.4	999.2	905.3	1,832.6	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
134.9	148.1	157.0	151.1	114.8	87.4	191.6	Magasins de chaussures	4
118.2	148.9	136.2	143.8	117.1	86.1	192.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
322.4	340.5	332.7	317.0	280.4	207.3	471.8	Magasins de vêtements pour dames	6
357.2	377.5	350.6	333.7	310.2	222.2	586.6	Autres magasins de vêtements	7
709.8	708.5	656.0	655.3	645.6	524.2	1,230.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
201.1	201.0	187.9	174.3	172.5	144.8	295.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,943.1	4,844.1	4,791.6	4,385.2	4,197.3	3,073.4	6,459.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,311.5	1,253.9	1,196.1	1,083.4	1,124.6	1,042.3	2,058.7	Stations-service	11
1,027.9	1,103.9	1,073.2	1,002.8	900.4	732.4	1,607.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,619.9	1,725.4	1,680.0	1,633.9	1,582.3	1,243.2	2,590.4	Magasins de marchandises diverses	13
610.5	641.9	663.1	535.5	472.2	414.1	838.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
469.0	479.9	455.7	415.4	370.1	326.7	707.7	Autres magasins de produits durables	15
1,008.0	934.3	863.1	792.4	762.4	633.4	1,390.4	Autres magasins de vente au détail	16
17,604.7	18,530.6	17,986.9	17,033.2	16,409.3	13,528.6	28,590.7	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
298.7	301.3	288.9	278.8	265.5	215.4	442.5	Terre-Neuve	18
81.8	78.9	74.4	68.1	64.5	53.7	113.6	Île-du-Prince-Édouard	19
557.2	575.3	544.8	532.6	517.5	418.2	857.1	Nouvelle-Écosse	20
426.8	444.8	429.0	402.0	388.8	337.6	646.1	Nouveau-Brunswick	21
4,311.2	4,645.7	4,660.1	4,355.6	4,048.9	3,291.6	6,607.2	Québec	22
6,349.0	6,825.3	6,500.1	6,140.9	5,956.8	4,946.3	10,825.1	Ontario	23
577.9	611.8	578.3	571.4	561.8	473.6	965.5	Manitoba	24
529.9	549.4	527.4	525.4	493.4	405.6	869.5	Saskatchewan	25
1,875.2	1,944.4	1,890.6	1,836.8	1,791.6	1,427.4	2,951.3	Alberta	26
2,534.4	2,490.5	2,436.1	2,267.1	2,267.8	1,914.6	4,219.9	Colombie-Britannique	27
21.1	20.4	18.2	16.9	15.6	13.4	26.6	Yukon	28
41.5	42.7	39.1	37.5	37.0	31.3	66.3	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)

	Sales Ventes				
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
Regions	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland	64.0	66.4	169.8	127.0	130.4
Prince Edward Island	16.0	16.3	37.8	25.8	32.4
Nova Scotia	120.0	126.3	304.1	207.1	246.3
New Brunswick	99.0	101.8	229.1	167.0	200.8
Quebec	985.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	2,059.7
Ontario	1,646.1	1,736.9	3,720.6	2,520.6	3,383.0
Manitoba	142.7	147.5	328.4	222.6	290.2
Saskatchewan	131.3	143.1	283.7	198.0	274.4
Alberta	447.4	481.5	1,019.8	680.6	928.8
British Columbia	652.0	696.8	1,399.7	944.6	1,348.8
Yukon	4.6	4.1	8.6	6.2	8.7
Northwest Territories	17.0	16.7	27.4	22.2	33.7
Total	4,325.6	4,611.5	9,579.0	6,605.5	8,937.1

TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)

	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
Regions	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	64.0	66.4	169.8	127.0	101.8	94.4	97.8
Prince Edward Island	16.0	16.3	37.8	25.8	22.8	23.8	27.4
Nova Scotia	120.0	126.3	304.1	207.1	172.2	168.2	166.3
New Brunswick	99.0	101.8	229.1	167.0	142.7	130.2	137.4
Quebec	985.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4	1,381.6	1,409.2
Ontario	1,646.1	1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9	2,199.1	2,133.7
Manitoba	142.7	147.5	328.4	222.6	199.9	180.9	190.7
Saskatchewan	131.3	143.1	283.7	198.0	183.3	168.0	176.1
Alberta	447.4	481.5	1,019.8	680.6	605.2	584.1	630.0
British Columbia	652.0	696.8	1,399.7	944.6	864.0	866.9	848.5
Yukon	4.6	4.1	8.6	6.2	6.2	6.4	7.4
Northwest Territories	17.0	16.7	27.4	22.2	22.2	20.0	20.1
Total	4,325.6	4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5	5,823.6	5,844.6

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					Régions
-2.4	-3.5	5.3	1.2	-2.9	Terre-Neuve
0.4	-4.0	-1.4	-2.5	-1.9	Île-du-Prince-Édouard
0.1	1.2	6.9	0.3	0.6	Nouvelle-Écosse
4.4	5.6	9.2	6.6	5.0	Nouveau-Brunswick
5.1	7.6	10.3	8.5	6.4	Québec
5.6	9.0	6.5	6.9	7.3	Ontario
5.4	6.3	8.2	5.2	5.9	Manitoba
1.9	3.8	5.0	3.2	2.9	Saskatchewan
-0.8	-	3.8	0.9	-0.4	Alberta
3.0	5.3	6.0	6.9	4.2	Colombie-Britannique
3.2	-6.1	21.8	15.8	-1.4	Yukon
2.8	0.3	4.8	9.4	1.5	Territoires du Nord-Ouest
3.9	6.3	7.0	6.0	5.1	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
91.1	92.3	86.5	85.6	81.0	65.5	130.4	Terre-Neuve
25.7	23.9	22.1	19.9	19.2	16.0	32.4	Île-du-Prince-Édouard
155.4	159.4	150.6	148.1	145.2	119.9	246.3	Nouvelle-Écosse
126.2	134.7	129.4	119.0	114.5	94.8	200.8	Nouveau-Brunswick
1,344.5	1,425.3	1,404.0	1,295.8	1,162.8	937.4	2,059.7	Québec
2,025.9	2,154.3	2,046.5	1,950.4	1,872.7	1,558.8	3,383.0	Ontario
172.0	185.2	182.5	175.8	171.8	135.3	290.2	Manitoba
164.0	175.3	170.4	172.2	164.5	128.9	274.4	Saskatchewan
567.7	583.0	575.4	560.7	542.7	450.9	928.8	Alberta
806.1	809.4	803.5	780.3	765.5	632.7	1,348.8	Colombie-Britannique
7.2	6.9	6.1	6.2	5.3	4.4	8.7	Yukon
20.6	21.3	21.0	20.5	19.2	16.5	33.7	Territoires du Nord-Ouest
5,506.6	5,771.0	5,598.1	5,334.5	5,064.4	4,161.2	8,937.1	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,061.0	3.9	11,906.7	2.2
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1993:					
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
1994:					
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,783.2	1.2	15,214.8	1.1	Décembre
116.1	206,861.3	...	178,230.6	...	Année
1995:					
117.2	17,771.6	-0.1	15,157.8	-0.4	Janvier
117.5	17,688.7	-0.5	15,049.6	-0.7	Février
					Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

	Sales					
	Ventes					
No.	January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
	millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	4,096.8	4,106.6	4,140.0	4,117.4	4,158.5	4,142.5
2 All other food stores	277.0	286.2	293.8	285.8	291.2	313.8
3 Drugs and patent medicine stores	1,006.7	1,007.5	1,009.2	1,002.4	999.4	1,000.3
4 Shoe stores	144.8	150.1	142.9	145.0	147.2	145.1
5 Men's clothing stores	148.6	146.4	153.3	150.1	141.2	143.0
6 Women's clothing stores	306.2	326.5	326.0	324.4	328.7	339.1
7 Other clothing stores	350.7	353.3	369.0	370.5	383.8	399.1
8 Household furniture and appliance stores	678.6	685.6	702.3	708.7	719.9	723.6
9 Household furnishings stores	187.5	189.4	190.3	185.5	188.9	188.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,702.4	3,844.0	3,885.6	3,827.9	3,890.6	4,024.1
11 Gasoline service stations	1,187.1	1,191.1	1,180.3	1,169.9	1,180.2	1,189.6
12 Automotive parts, accessories and service	987.6	969.0	977.8	986.4	963.7	985.8
13 General merchandise stores	1,709.5	1,811.8	1,835.6	1,760.2	1,773.1	1,799.4
14 Other semi-durable goods stores	578.0	580.1	585.3	592.8	595.2	598.6
15 Other durable goods stores	450.2	462.0	470.6	467.2	469.0	472.5
16 Other retail stores	839.0	859.1	872.1	856.2	871.9	882.5
17 Total, all stores	16,650.6	16,968.5	17,134.1	16,950.5	17,102.5	17,347.7
Regions						
18 Newfoundland	281.0	279.7	283.7	282.5	283.4	287.7
19 Prince Edward Island	73.2	72.0	73.3	71.5	71.8	71.6
20 Nova Scotia	540.1	539.5	553.5	532.6	527.4	535.4
21 New Brunswick	416.4	431.7	413.2	402.9	411.7	415.8
22 Quebec	4,144.9	4,199.8	4,200.7	4,122.5	4,216.4	4,247.7
23 Ontario	6,015.2	6,181.5	6,262.2	6,212.1	6,246.4	6,364.7
24 Manitoba	567.2	585.3	585.6	572.9	556.6	582.3
25 Saskatchewan	499.0	508.5	512.1	520.9	515.1	520.8
26 Alberta	1,763.1	1,792.2	1,858.4	1,829.1	1,823.5	1,845.0
27 British Columbia	2,295.0	2,322.4	2,335.5	2,347.4	2,393.6	2,420.3
28 Yukon	17.6	17.8	17.7	17.8	17.6	17.4
29 Northwest Territories	38.0	38.1	38.3	38.4	39.0	38.9

TABEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Sales Ventes						N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	
millions of dollars - millions de dollars						
Groupe de commerce - Canada						
4,195.6	4,166.7	4,116.3	4,141.7	4,171.3	4,219.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
322.0	328.4	327.8	335.4	321.4	339.3	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1,002.1	1,005.6	1,010.0	1,004.8	994.3	993.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
148.3	159.5	143.2	145.1	150.7	147.6	Magasins de chaussures 4
140.4	139.0	134.9	134.0	132.9	138.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
338.3	342.5	342.2	349.9	350.3	360.1	Magasins de vêtements pour dames 6
403.3	422.4	416.9	407.5	428.6	434.8	Autres magasins de vêtements 7
723.9	722.8	727.3	753.2	745.0	781.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
192.7	192.3	193.3	192.9	194.6	191.2	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3,751.0	3,806.6	4,037.8	4,102.0	4,068.5	4,149.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,193.3	1,192.7	1,181.3	1,171.6	1,185.9	1,179.6	Stations-service 11
991.3	992.8	978.1	995.3	1,016.1	1,021.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,779.5	1,843.4	1,760.0	1,814.3	1,806.2	1,837.8	Magasins de marchandises diverses 13
607.0	613.4	601.7	611.5	609.8	597.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
474.8	478.4	456.6	465.5	479.2	468.1	Autres magasins de produits durables 15
904.2	894.8	907.1	919.6	921.3	923.2	Autres magasins de vente au détail 16
17,167.9	17,301.3	17,334.3	17,544.5	17,576.2	17,783.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
283.9	283.9	285.7	287.1	284.0	286.1	Terre-Neuve 18
70.7	71.5	71.9	74.6	72.4	73.1	Île-du-Prince-Édouard 19
535.3	534.3	535.2	541.6	542.6	546.2	Nouvelle-Écosse 20
405.1	400.4	394.4	409.6	410.9	420.2	Nouveau-Brunswick 21
4,165.4	4,214.0	4,175.2	4,173.8	4,234.6	4,268.1	Québec 22
6,298.0	6,358.2	6,420.4	6,517.0	6,550.9	6,618.1	Ontario 23
573.7	581.7	574.1	590.9	583.8	594.9	Manitoba 24
523.1	524.2	530.3	547.1	531.9	533.6	Saskatchewan 25
1,824.4	1,829.2	1,781.4	1,836.9	1,816.3	1,854.7	Alberta 26
2,432.0	2,447.5	2,509.1	2,508.4	2,491.5	2,529.7	Colombie-Britannique 27
17.7	17.4	17.5	17.5	17.5	18.2	Yukon 28
38.6	38.8	39.2	39.9	39.9	40.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

	Change from previous month					
	Variation par rapport au mois précédent					
No.	January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
	Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	1.0	0.2	0.8	-0.5	1.0	-0.4
2 All other food stores	0.2	3.3	2.6	-2.7	1.9	7.8
3 Drugs and patent medicine stores	1.2	0.1	0.2	-0.7	-0.3	0.1
4 Shoe stores	6.9	3.6	-4.8	1.5	1.5	-1.4
5 Men's clothing stores	0.2	-1.5	4.7	-2.1	-5.9	1.2
6 Women's clothing stores	-3.5	6.6	-0.1	-0.5	1.3	3.2
7 Other clothing stores	-0.6	0.7	4.5	0.4	3.6	4.0
8 Household furniture and appliance stores	-4.2	1.0	2.4	0.9	1.6	0.5
9 Household furnishings stores	-3.3	1.0	0.5	-2.5	1.8	-0.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	0.8	3.8	1.1	-1.5	1.6	3.4
11 Gasoline service stations	4.2	0.3	-0.9	-0.9	0.9	0.8
12 Automotive parts, accessories and service	6.1	-1.9	0.9	0.9	-2.3	2.3
13 General merchandise stores	-1.3	6.0	1.3	-4.1	0.7	1.5
14 Other semi-durable goods stores	1.5	0.4	0.9	1.3	0.4	0.6
15 Other durable goods stores	0.9	2.6	1.9	-0.7	0.4	0.8
16 Other retail stores	1.6	2.4	1.5	-1.8	1.8	1.2
17 Total, all stores	0.9	1.9	1.0	-1.1	0.9	1.4
Regions						
18 Newfoundland	0.8	-0.4	1.4	-0.4	0.3	1.5
19 Prince Edward Island	2.8	-1.7	1.8	-2.5	0.4	-0.2
20 Nova Scotia	3.2	-0.1	2.6	-3.8	-1.0	1.5
21 New Brunswick	1.6	3.7	-4.3	-2.5	2.2	1.0
22 Quebec	3.6	1.3	-	-1.9	2.3	0.7
23 Ontario	-1.1	2.8	1.3	-0.8	0.6	1.9
24 Manitoba	2.3	3.2	-	-2.2	-2.8	4.6
25 Saskatchewan	-0.2	1.9	0.7	1.7	-1.1	1.1
26 Alberta	-	1.7	3.7	-1.6	-0.3	1.2
27 British Columbia	1.3	1.2	0.6	0.5	2.0	1.1
28 Yukon	8.3	1.2	-0.3	0.3	-1.3	-1.0
29 Northwest Territories	1.7	0.5	0.6	-	1.6	-

TABEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent						N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	
Per cent - pourcentage						
Groupe de commerce - Canada						
1.3	-0.7	-1.2	0.6	0.7	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
2.6	2.0	-0.2	2.3	-4.2	5.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
0.2	0.3	0.4	-0.5	-1.0	-0.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.2	7.6	-10.2	1.3	3.8	-2.0	Magasins de chaussures 4
-1.8	-1.0	-3.0	-0.6	-0.8	3.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
-0.2	1.2	-0.1	2.2	0.1	2.8	Magasins de vêtements pour dames 6
1.1	4.7	-1.3	-2.2	5.2	1.5	Autres magasins de vêtements 7
- -	-0.2	0.6	3.6	-1.1	4.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
2.2	-0.2	0.5	-0.2	0.9	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-6.8	1.5	6.1	1.6	-0.8	2.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
0.3	-0.1	-1.0	-0.8	1.2	-0.5	Stations-service 11
0.5	0.2	-1.5	1.8	2.1	0.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-1.1	3.6	-4.5	3.1	-0.4	1.7	Magasins de marchandises diverses 13
1.4	1.1	-1.9	1.6	-0.3	-2.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
0.5	0.8	-4.6	2.0	2.9	-2.3	Autres magasins de produits durables 15
2.5	-1.0	1.4	1.4	0.2	0.2	Autres magasins de vente au détail 16
-1.0	0.8	0.2	1.2	0.2	1.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
-1.3	- -	0.6	0.5	-1.1	0.7	Terre-Neuve 18
-1.3	1.1	0.6	3.8	-2.9	0.9	Île-du-Prince-Édouard 19
- -	-0.2	0.2	1.2	0.2	0.7	Nouvelle-Écosse 20
-2.6	-1.2	-1.5	3.8	0.3	2.3	Nouveau-Brunswick 21
-1.9	1.2	-0.9	- -	1.5	0.8	Québec 22
-1.0	1.0	1.0	1.5	0.5	1.0	Ontario 23
-1.5	1.4	-1.3	2.9	-1.2	1.9	Manitoba 24
0.4	0.2	1.2	3.2	-2.8	0.3	Saskatchewan 25
-1.1	0.3	-2.6	3.1	-1.1	2.1	Alberta 26
0.5	0.6	2.5	- -	-0.7	1.5	Colombie-Britannique 27
1.9	-1.9	0.7	0.1	-0.4	4.5	Yukon 28
-1.0	0.8	0.8	1.9	-0.1	1.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

	Change from previous year					
	Variation par rapport à l'année précédente					
No.	January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
	Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	3.0	4.6	6.0	4.6	5.7	5.0
2 All other food stores	- -	0.8	2.2	-1.8	1.4	11.3
3 Drugs and patent medicine stores	5.4	1.4	1.8	1.5	1.6	1.0
4 Shoe stores	7.6	14.6	11.1	7.3	11.2	8.9
5 Men's clothing stores	7.1	3.7	11.6	6.1	-2.5	0.4
6 Women's clothing stores	-3.1	3.8	6.4	1.5	2.3	6.7
7 Other clothing stores	-1.7	1.8	6.7	5.0	8.8	16.3
8 Household furniture and appliance stores	-4.0	0.2	2.4	1.8	4.3	4.2
9 Household furnishings stores	-0.2	3.0	3.6	-0.3	1.7	0.4
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.8	17.3	18.2	11.9	14.3	19.4
11 Gasoline service stations	-0.4	-0.8	-1.6	-1.8	-0.1	0.1
12 Automotive parts, accessories and service	11.3	6.3	10.1	10.9	7.6	11.1
13 General merchandise stores	-0.5	6.9	9.1	2.9	4.0	7.1
14 Other semi-durable goods stores	5.2	5.3	6.0	6.0	6.5	8.0
15 Other durable goods stores	4.2	8.5	10.9	2.0	8.6	11.1
16 Other retail stores	0.2	3.8	5.3	2.7	4.9	6.6
17 Total, all stores	4.0	6.8	8.2	5.2	6.6	8.6
Regions						
18 Newfoundland	0.8	2.2	3.2	1.5	3.9	4.0
19 Prince Edward Island	8.4	0.1	7.9	2.9	3.7	1.7
20 Nova Scotia	4.5	4.1	9.6	0.6	-1.4	-1.4
21 New Brunswick	3.0	8.0	2.9	-6.1	0.6	1.7
22 Quebec	6.3	8.5	9.4	5.4	8.3	8.7
23 Ontario	1.7	6.1	6.3	3.7	5.3	9.3
24 Manitoba	2.2	6.5	5.4	2.5	1.8	7.6
25 Saskatchewan	6.1	7.4	9.2	11.7	9.1	11.1
26 Alberta	2.9	7.2	14.4	8.7	8.1	10.1
27 British Columbia	7.5	6.1	8.2	9.6	10.1	10.0
28 Yukon	5.3	1.9	6.6	4.2	1.8	0.1
29 Northwest Territories	17.1	16.3	20.1	9.5	17.5	16.2

TABEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	
Per cent - pourcentage						
Groupe de commerce - Canada						
5.8	4.5	2.9	3.1	3.1	4.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
14.1	17.2	16.7	22.5	13.3	22.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1.2	0.7	0.5	0.7	-0.7	-0.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
10.6	19.2	3.5	3.5	9.9	9.0	Magasins de chaussures 4
-3.5	-4.4	-8.7	-12.3	-13.3	-6.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
1.9	6.4	7.6	10.9	9.8	13.5	Magasins de vêtements pour dames 6
7.3	15.9	16.5	13.3	20.9	23.3	Autres magasins de vêtements 7
2.6	2.9	3.2	7.0	6.2	10.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
3.3	2.3	2.4	3.6	3.3	-1.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
7.7	8.4	16.2	16.8	12.6	12.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
0.9	-0.5	-1.6	-1.3	0.1	3.6	Stations-service 11
9.1	9.1	5.9	8.0	10.8	9.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
4.2	8.0	2.3	5.5	5.0	6.1	Magasins de marchandises diverses 13
10.2	11.7	8.8	10.8	9.1	5.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
10.3	11.0	5.9	6.9	10.1	4.9	Autres magasins de produits durables 15
9.2	7.5	9.9	12.7	12.2	11.8	Autres magasins de vente au détail 16
5.9	6.4	6.5	7.7	7.0	7.8	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
1.5	1.5	2.8	2.9	2.2	2.6	Terre-Neuve 18
-1.1	-0.7	0.7	4.3	1.0	2.6	Île-du-Prince-Édouard 19
-0.4	-1.1	-2.1	1.1	0.3	4.4	Nouvelle-Écosse 20
-3.5	-4.8	-6.7	-2.4	-1.1	2.5	Nouveau-Brunswick 21
4.6	6.1	4.6	4.3	5.0	6.7	Québec 22
6.3	6.2	7.9	9.1	9.2	8.8	Ontario 23
3.6	4.7	1.8	4.4	3.2	7.3	Manitoba 24
9.2	8.4	9.7	13.7	8.2	6.7	Saskatchewan 25
7.2	8.2	5.0	8.1	4.0	5.2	Alberta 26
10.3	10.7	13.3	13.4	11.4	11.6	Colombie-Britannique 27
-0.9	3.0	3.8	2.0	2.1	12.5	Yukon 28
15.6	11.3	10.0	12.0	9.4	8.0	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

	Sales Ventes					
No.	January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
	millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	3,901.7	3,646.2	4,081.5	4,155.1	4,164.5	4,285.7
2 All other food stores	231.2	239.6	278.7	279.8	300.2	337.7
3 Drugs and patent medicine stores	955.6	905.3	999.2	974.4	978.8	999.2
4 Shoe stores	111.5	87.4	114.8	151.1	157.0	148.1
5 Men's clothing stores	114.3	86.1	117.1	143.8	136.2	148.9
6 Women's clothing stores	218.8	207.3	280.4	317.0	332.7	340.5
7 Other clothing stores	248.2	222.2	310.2	333.7	350.6	377.5
8 Household furniture and appliance stores	567.6	524.2	645.6	655.3	656.0	708.5
9 Household furnishings stores	141.9	144.8	172.5	174.3	187.9	201.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,769.4	3,073.4	4,197.3	4,385.2	4,791.6	4,844.1
11 Gasoline service stations	1,101.9	1,042.3	1,124.6	1,083.4	1,196.1	1,253.9
12 Automotive parts, accessories and service	802.0	732.4	900.4	1,002.8	1,073.2	1,103.9
13 General merchandise stores	1,223.6	1,243.2	1,582.3	1,633.9	1,680.0	1,725.4
14 Other semi-durable goods stores	415.3	414.1	472.2	535.5	663.1	641.9
15 Other durable goods stores	343.0	326.7	370.1	415.4	455.7	479.9
16 Other retail stores	619.8	633.4	762.4	792.4	863.1	934.3
17 Total, all stores	13,765.6	13,528.6	16,409.3	17,033.2	17,986.9	18,530.6
Regions						
18 Newfoundland	221.8	215.4	265.5	278.8	288.9	301.3
19 Prince Edward Island	58.0	53.7	64.5	68.1	74.4	78.9
20 Nova Scotia	442.6	418.2	517.5	532.6	544.8	575.3
21 New Brunswick	333.9	337.6	388.8	402.0	429.0	444.8
22 Quebec	3,341.8	3,291.6	4,048.9	4,355.6	4,660.1	4,645.7
23 Ontario	5,007.2	4,946.3	5,956.8	6,140.9	6,500.1	6,825.3
24 Manitoba	475.0	473.6	561.8	571.4	578.3	611.8
25 Saskatchewan	425.3	405.6	493.4	525.4	527.4	549.4
26 Alberta	1,465.3	1,427.4	1,791.6	1,836.8	1,890.6	1,944.4
27 British Columbia	1,948.9	1,914.6	2,267.8	2,267.1	2,436.1	2,490.5
28 Yukon	13.6	13.4	15.6	16.9	18.2	20.4
29 Northwest Territories	32.3	31.3	37.0	37.5	39.1	42.7

TABEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Sales Ventes							N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	Year 1994 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,449.7	4,112.4	4,197.2	4,071.6	3,985.1	4,722.2	49,772.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
357.9	334.0	326.2	326.2	299.8	410.9	3,722.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
963.5	998.9	1,008.6	1,012.8	991.3	1,248.4	12,036.1	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
134.9	160.0	159.8	160.2	175.0	209.9	1,769.6	Magasins de chaussures 4
118.2	112.7	126.6	137.5	162.2	298.3	1,702.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
322.4	322.4	362.9	353.3	375.7	600.8	4,034.3	Magasins de vêtements pour dames 6
357.2	433.9	453.3	423.4	487.1	742.7	4,740.0	Autres magasins de vêtements 7
709.8	719.1	763.7	770.9	806.4	1,145.3	8,672.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
201.1	209.1	200.5	199.3	217.7	237.0	2,287.2	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3,943.1	3,900.4	3,989.8	3,934.8	3,849.0	3,411.5	47,089.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,311.5	1,302.1	1,210.8	1,209.4	1,184.2	1,182.5	14,202.6	Stations-service 11
1,027.9	1,001.1	962.2	1,002.8	1,122.0	1,134.6	11,865.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,619.9	1,776.6	1,701.7	1,875.9	2,256.8	3,211.3	21,530.7	Magasins de marchandises diverses 13
610.5	630.6	593.6	583.1	650.4	961.0	7,171.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
469.0	481.4	452.8	413.0	483.0	924.4	5,614.2	Autres magasins de produits durables 15
1,008.0	918.2	912.5	879.7	881.5	1,445.8	10,651.1	Autres magasins de vente au détail 16
17,604.7	17,412.9	17,422.3	17,354.0	17,927.0	21,886.5	206,861.5	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
298.7	294.1	287.5	282.9	304.7	369.3	3,408.8	Terre-Neuve 18
81.8	79.5	73.8	72.7	72.9	89.3	867.6	Île-du-Prince-Édouard 19
557.2	546.8	542.7	536.1	556.9	692.9	6,463.7	Nouvelle-Écosse 20
426.8	411.8	396.5	408.2	435.5	517.2	4,932.0	Nouveau-Brunswick 21
4,311.2	4,260.3	4,196.8	4,095.7	4,195.2	4,960.8	50,363.7	Québec 22
6,349.0	6,260.0	6,457.4	6,455.2	6,799.1	8,346.9	76,044.2	Ontario 23
577.9	573.8	569.8	588.4	606.3	760.8	6,949.0	Manitoba 24
529.9	526.0	521.0	549.4	552.3	661.6	6,266.6	Saskatchewan 25
1,875.2	1,861.9	1,783.6	1,811.1	1,853.7	2,312.9	21,854.6	Alberta 26
2,534.4	2,539.1	2,537.9	2,496.6	2,493.4	3,105.8	29,032.1	Colombie-Britannique 27
21.1	20.4	17.7	17.3	16.6	20.4	211.7	Yukon 28
41.5	39.1	37.9	40.2	40.3	48.5	467.4	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
No.	January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
Trade Group - Canada	Per cent - pourcentage					
1 Supermarkets and grocery stores	-11.6	-6.5	11.9	1.8	0.2	2.9
2 All other food stores	-31.2	3.6	16.3	0.4	7.3	12.5
3 Drugs and patent medicine stores	-24.1	-5.3	10.4	-2.5	0.5	2.1
4 Shoe stores	-39.6	-21.6	31.4	31.7	3.9	-5.7
5 Men's clothing stores	-63.3	-24.7	36.1	22.7	-5.3	9.3
6 Women's clothing stores	-58.1	-5.2	35.3	13.1	4.9	2.4
7 Other clothing stores	-58.7	-10.5	39.6	7.6	5.0	7.7
8 Household furniture and appliance stores	-44.3	-7.6	23.2	1.5	0.1	8.0
9 Household furnishings stores	-41.1	2.0	19.1	1.0	7.9	7.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-11.1	11.0	36.6	4.5	9.3	1.1
11 Gasoline service stations	-4.0	-5.4	7.9	-3.7	10.4	4.8
12 Automotive parts, accessories and service	-22.9	-8.7	22.9	11.4	7.0	2.9
13 General merchandise stores	-59.5	1.6	27.3	3.3	2.8	2.7
14 Other semi-durable goods stores	-54.6	-0.3	14.0	13.4	23.8	-3.2
15 Other durable goods stores	-61.2	-4.7	13.3	12.2	9.7	5.3
16 Other retail stores	-51.4	2.2	20.4	3.9	8.9	8.2
17 Total, all stores	-32.1	-1.7	21.3	3.8	5.6	3.0
Regions						
18 Newfoundland	-38.1	-2.9	23.3	5.0	3.6	4.3
19 Prince Edward Island	-32.7	-7.4	20.0	5.6	9.3	6.0
20 Nova Scotia	-33.1	-5.5	23.7	2.9	2.3	5.6
21 New Brunswick	-33.3	1.1	15.2	3.4	6.7	3.7
22 Quebec	-27.6	-1.5	23.0	7.6	7.0	-0.3
23 Ontario	-34.8	-1.2	20.4	3.1	5.8	5.0
24 Manitoba	-32.3	-0.3	18.6	1.7	1.2	5.8
25 Saskatchewan	-31.6	-4.6	21.6	6.5	0.4	4.2
26 Alberta	-32.9	-2.6	25.5	2.5	2.9	2.8
27 British Columbia	-30.6	-1.8	18.5	- -	7.5	2.2
28 Yukon	-26.2	-1.5	16.1	8.4	7.5	12.6
29 Northwest Territories	-27.6	-3.4	18.5	1.2	4.4	9.1

**TABLEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent						N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	
Per cent - pourcentage						
Groupe de commerce - Canada						
3.8	-7.6	2.1	-3.0	-2.1	18.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
6.0	-6.7	-2.3	- -	-8.1	37.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-3.6	3.7	1.0	0.4	-2.1	25.9	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
-8.9	18.5	-0.1	0.3	9.2	20.0	Magasins de chaussures 4
-20.6	-4.6	12.3	8.7	17.9	84.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
-5.3	- -	12.6	-2.7	6.4	59.9	Magasins de vêtements pour dames 6
-5.4	21.5	4.5	-6.6	15.0	52.5	Autres magasins de vêtements 7
0.2	1.3	6.2	0.9	4.6	42.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
0.1	3.9	-4.1	-0.6	9.2	8.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-18.6	-1.1	2.3	-1.4	-2.2	-11.4	Concessionnaires de v éhicules automobiles et récréatifs 10
4.6	-0.7	-7.0	-0.1	-2.1	-0.1	Stations-service 11
-6.9	-2.6	-3.9	4.2	11.9	1.1	Maga sins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-6.1	9.7	-4.2	10.2	20.3	42.3	Magasins de marchandises diverses 13
-4.9	3.3	-5.9	-1.8	11.5	47.8	Autres magasins de produits semi- durables 14
-2.3	2.6	-5.9	-8.8	16.9	91.4	Autres magasins de produits durables 15
7.9	-8.9	-0.6	-3.6	0.2	64.0	Autres magasins de vente au détail 16
-5.0	-1.1	0.1	-0.4	3.3	22.1	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
-0.9	-1.5	-2.3	-1.6	7.7	21.2	Terre-Neuve 18
3.8	-2.9	-7.2	-1.4	0.3	22.5	Île-du-Prince-Édouard 19
-3.1	-1.9	-0.8	-1.2	3.9	24.4	Nouvelle-Écosse 20
-4.1	-3.5	-3.7	3.0	6.7	18.8	Nouveau-Brunswick 21
-7.2	-1.2	-1.5	-2.4	2.4	18.2	Québec 22
-7.0	-1.4	3.2	- -	5.3	22.8	Ontario 23
-5.5	-0.7	-0.7	3.3	3.0	25.5	Manitoba 24
-3.6	-0.7	-1.0	5.5	0.5	19.8	Saskatchewan 25
-3.6	-0.7	-4.2	1.5	2.4	24.8	Alberta 26
1.8	0.2	- -	-1.6	-0.1	24.6	Colombie-Britannique 27
3.1	-3.1	-13.2	-2.2	-4.2	22.7	Yukon 28
-2.9	-5.7	-3.2	6.1	0.4	20.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

		Change from previous year					
		Variation par rapport à l'année précédente					
No.		January 1994 Janvier	February 1994 Février	March 1994 Mars	April 1994 Avril	May 1994 Mai	June 1994 Juin
		Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	-0.4	4.6	9.9	5.3	2.5	7.5
2	All other food stores	-3.6	0.6	7.2	-4.5	-0.6	11.5
3	Drugs and patent medicine stores	4.6	1.7	3.2	0.4	1.9	2.4
4	Shoe stores	6.3	14.7	13.0	10.0	8.5	8.5
5	Men's clothing stores	8.3	6.3	14.1	11.6	-7.5	3.8
6	Women's clothing stores	-6.2	2.9	8.6	1.8	-1.3	6.6
7	Other clothing stores	-5.9	-0.2	7.3	3.0	5.4	15.2
8	Household furniture and appliance stores	-4.3	-0.5	3.4	- -	3.7	5.0
9	Household furnishings stores	-1.1	3.6	2.4	-0.8	3.0	-0.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.3	17.6	18.0	9.7	17.8	19.3
11	Gasoline service stations	-0.5	-0.5	-1.2	-3.2	- -	1.3
12	Automotive parts, accessories and service	11.1	6.9	10.5	10.4	8.5	11.0
13	General merchandise stores	-0.9	6.7	11.7	2.4	1.9	8.0
14	Other semi-durable goods stores	4.9	4.9	8.7	4.0	6.0	8.3
15	Other durable goods stores	4.4	9.2	13.8	2.3	7.5	13.4
16	Other retail stores	-3.1	3.6	9.5	0.9	1.6	8.8
17	Total, all stores	2.3	6.7	10.4	4.7	6.4	10.1
Regions							
18	Newfoundland	-2.5	1.7	5.7	0.9	3.8	5.2
19	Prince Edward Island	7.3	0.4	10.5	1.8	3.9	3.6
20	Nova Scotia	3.0	3.8	10.7	-0.3	-1.9	1.6
21	New Brunswick	0.6	7.8	5.2	-5.9	1.1	2.2
22	Quebec	4.7	8.6	12.3	4.6	8.1	10.7
23	Ontario	- -	6.0	8.6	2.9	4.8	11.0
24	Manitoba	-0.2	6.7	9.5	1.6	1.7	8.5
25	Saskatchewan	4.1	7.2	11.3	12.3	8.1	12.1
26	Alberta	0.8	7.0	16.5	8.8	8.5	10.7
27	British Columbia	6.3	5.9	8.5	9.5	10.3	10.2
28	Yukon	5.8	3.0	4.9	5.1	0.2	2.7
29	Northwest Territories	17.5	16.4	22.2	11.2	14.2	18.4

TABEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente							N°
July 1994 Juillet	August 1994 Août	September 1994 Septembre	October 1994 Octobre	November 1994 Novembre	December 1994 Décembre	Year 1994 Année	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
2.5	5.3	5.1	-0.7	4.3	7.0	4.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
15.3	15.9	17.6	17.6	15.2	22.3	9.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.9	2.5	1.6	-0.3	-0.3	-0.9	1.2	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
7.6	19.2	4.7	2.7	9.2	13.8	9.6	Magasins de chaussures 4
-3.9	-1.1	-9.1	-12.1	-12.9	-4.2	-2.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
-	5.9	6.3	6.9	11.3	15.1	5.6	Magasins de vêtements pour dames 6
5.5	14.3	16.9	8.5	19.7	23.6	11.2	Autres magasins de vêtements 7
-2.1	2.9	4.2	6.7	3.3	12.4	3.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
0.6	6.0	4.0	3.2	3.3	-1.7	1.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.4	12.3	16.4	16.6	13.4	9.5	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-	0.1	-0.7	-1.9	-0.2	3.0	-0.3	Stations-service 11
6.1	12.0	6.4	7.1	10.7	9.1	9.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
2.1	9.6	1.4	3.8	6.4	6.3	5.1	Magasins de marchandises diverses 13
8.2	13.8	8.7	10.1	9.9	5.1	7.7	Autres magasins de produits semi-durables 14
8.2	12.7	5.9	5.5	10.1	4.7	7.8	Autres magasins de produits durables 15
5.5	7.3	12.6	8.2	12.6	13.3	7.2	Autres magasins de vente au détail 16
3.2	8.0	7.4	5.7	7.4	7.9	6.7	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
-0.7	2.8	5.8	0.4	2.5	3.0	2.4	Terre-Neuve 18
-3.7	0.1	2.9	3.4	0.1	3.6	2.6	Île-du-Prince-Édouard 19
-3.0	0.6	0.8	-0.3	-0.5	4.7	1.5	Nouvelle-Écosse 20
-5.6	-3.2	-5.1	-4.4	-0.2	3.4	-0.6	Nouveau-Brunswick 21
1.2	7.9	5.8	1.6	5.5	7.4	6.5	Québec 22
3.2	7.9	8.2	7.2	9.8	8.7	6.7	Ontario 23
1.1	4.4	2.6	2.0	3.9	8.5	4.2	Manitoba 24
7.2	10.1	10.1	12.0	9.2	6.4	9.2	Saskatchewan 25
5.5	9.1	6.1	5.9	4.4	5.8	7.4	Alberta 26
8.9	12.8	13.7	12.2	11.6	10.7	10.2	Colombie-Britannique 27
-2.8	7.1	3.5	2.5	0.9	10.4	3.5	Yukon 28
12.4	13.2	8.2	11.8	10.9	8.7	13.4	Territoires du Nord-Ouest 29

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

METHODOLOGY

Components of the Universe

The new business register or **Central Frame Data Base** (CFDB) contains the survey universe for the Monthly Retail Trade Survey. The CFDB was developed as a common central frame for all business surveys, in order to provide standardized concepts, and generalized methodology and systems. The overall quality of business and economic data is improved because of greater consistency, more accurate administrative data and greater co-ordination of systems and procedures. Ultimately, all of Statistics Canada's business surveys will be redeveloped to operate within this new environment.

The target population for the Retail Trade Survey consists of all statistical locations on the CFDB that are identified in the retail trade sector. These units comprise the sampling frame for the Retail Trade Survey.

The CFDB sampling frame is allocated into two components: the integrated portion (IP) and the non-integrated portion (NIP). The integrated portion encompasses all large and complex businesses and represents the largest component of the frame in terms of sales. The IP businesses may be represented by several levels in their statistical entities which enables collection of the full range of economic data for large organizations. Information on these businesses is received from administrative tax files and the employer payroll deduction file from Revenue Canada.

The non-integrated portion represents smaller single entity businesses whose sales values lie below a calculated IP boundary. The Monthly Retail Trade Survey obtains its statistical entities from the employer payroll deduction file at Revenue Canada. This allows for the most up-to-date information to be passed onto the NIP units on the frame.

The New Sample

The businesses in the target population are classified by industry using the four digit Standard Industrial Classification Code, based on the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold. The target population is also stratified by geographic region. Each industry - geographical combination is divided into

APPENDICE II

MÉTHODOLOGIE

Composantes de l'univers

Le nouveau registre des entreprises ou **Base de données du registre central** (BDRC) représente l'univers de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. La BDRC a été conçue afin de servir de base de sondage centrale pour toutes les enquêtes-entreprises, ce qui permet de normaliser les concepts et de généraliser les méthodes et les systèmes. La qualité d'ensemble des données commerciales et économiques est ainsi améliorée: on obtient une plus grande cohérence, des données administratives plus exactes et une meilleure coordination des systèmes et des procédures. Un jour, toutes les enquêtes-entreprises de Statistique Canada seront remaniées et s'intégreront à ce nouveau cadre.

La population cible de l'Enquête sur le commerce de détail est formée de tous les emplacements statistiques dans la BDRC qui appartiennent au secteur du commerce de détail. Ces unités constituent la base de sondage de l'Enquête sur le commerce de détail.

La base de sondage de la BDRC est divisée en deux composantes: la partie intégrée (PI) et la partie non intégrée (PNI). La première englobe toutes les entreprises importantes qui ont une structure complexe et constitue la composante la plus importante de la base en ce qui a trait aux ventes. Les entreprises de la PI peuvent être représentées à plusieurs niveaux à l'intérieur du cadre hiérarchique de l'entité statistique, ce qui permet la collecte de la gamme complète des données économiques dans le cas des grandes sociétés. Les renseignements sur ces entreprises sont tirés des fichiers administratifs des déclarations d'impôt sur le revenu et des fichiers des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada.

La partie non intégrée est constituée des entreprises à entité simple de plus petite taille dont la valeur des ventes est sous la limite calculée de la PI. L'Enquête mensuelle sur le commerce de détail tire ses entités statistiques du fichier des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada, ce qui permet d'intégrer aux unités de la PNI de la base les renseignements les plus récents.

Nouvel échantillon

Les entreprises de la population cible sont classées en fonction des codes à quatre chiffres de la Classification type des industries, à partir de la proportion des ventes que représente chaque genre d'entreprise ou encore chaque genre de marchandises vendues. La population cible est aussi stratifiée par région géographique. Chaque combinaison

three sub-strata: take-all, large take-some and small take-some. The take-all businesses are self-representing as they are included in the sample with certainty. The take-all sub-stratum is comprised of designated companies such as department stores, companies operating in several strata, and companies operating in one strata with revenue greater than a calculated threshold. The large take-some and small take-some units are classified by their revenue.

In order to determine the industry by geographical strata sample sizes, the variance and total sales in each sub-stratum are calculated and applied to an allocation method. This allocation method calculates the number of units to be sampled in the take-some strata under the following two constraints: the coefficient of variation required for the stratum and inevitably the total number of sampling units in the survey.

The initial sample was selected in late 1988 and has been refreshed each month by including a sample of population births. In order to update the sample, not only to add births but also to reduce the burden of individual respondents in the take-some strata, the set of units in the sampling frame are randomly distributed across a calculated number of panels within each sub-stratum. Panels are created so that the selected firms in the take-some strata may rotate out of the sample for a specified time period in order to reduce the response burden. The number of panels in each sub-stratum is calculated in accordance with the sampling rate, the maximum number of occasions that a unit may remain in the sample, and the minimum number of occasions it must stay out of the sample. Once the original in-sample panels are selected, sample rotation may be performed by periodically dropping a panel from the current sample and adding a new panel.

Data Collection

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in the seven Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Collection entities, from which no response has been received or whose data may contain errors, are followed up immediately. Data and frame updates are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during each cycle.

branche d'activité - région géographique est divisée en trois sous-strates: une à tirage complet, une "grande à tirage partiel" et une "petite à tirage partiel". Les entreprises de la sous-strate à tirage complet sont autoreprésentatives puisqu'elles sont forcément intégrées à l'échantillon. La sous-strate à tirage complet englobe les sociétés désignées, comme les grands magasins, les sociétés en activité dans plusieurs strates et celles en activité dans une strate et ayant des ventes supérieures au seuil calculé. Les unités de la sous-strate "grande à tirage partiel" et de celle "petite à tirage partiel" sont classées selon leurs recettes.

Afin de déterminer la taille des échantillons pour les branches d'activité selon la strate géographique, on calcule la variance et le total des ventes dans chaque sous-strate et on utilise les résultats pour la répartition. Celle-ci se fait suivant une méthode qui permet de calculer le nombre d'unités à prélever dans la strate à tirage partiel à partir des deux critères suivants: le coefficient de variation requis pour la strate et, bien sûr, le nombre total d'unités d'échantillonnage de l'enquête.

L'échantillon initial a été prélevé à la fin de 1988 et a été rafraîchi chaque mois par l'introduction d'un échantillon de nouvelles unités de la population. Les unités de la base de sondage sont réparties aléatoirement entre un nombre établi de panneaux à l'intérieur de chaque sous-strate, ce qui permet non seulement de mettre à jour l'échantillon par l'ajout de nouvelles unités mais aussi de réduire le fardeau de la réponse des unités des strates à tirage partiel. La présence de panneaux permet de supprimer pour un temps, par renouvellement, les entreprises sélectionnées dans les strates à tirage partiel et ainsi de réduire le fardeau de la réponse. Le nombre de panneaux de chaque sous-strate est calculé en fonction du taux d'échantillonnage, du nombre maximal de cycles pendant lesquels une unité peut rester à l'intérieur de l'échantillon et du nombre minimal de cycles pendant lesquels elle doit rester à l'extérieur de l'échantillon. Une fois les panneaux retenus dans l'échantillon initial choisis, le renouvellement de l'échantillon peut être effectué périodiquement par la suppression d'un panneau de l'échantillon courant et par l'ajout d'un nouveau panneau.

Collecte des données

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par les sept bureaux régionaux de Statistique Canada. On communique avec les entreprises échantillonnées par la poste ou par téléphone, selon ce qu'elles préfèrent. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les entités de collecte qui n'ont pas répondu ou pour celles dont les données contiennent des erreurs. Les mises à jour aux données et à

These revised procedures have resulted in much improved response rates (approximately 90% response is achieved for preliminary estimates).

Statistical Edit and Imputation

Data is analyzed within each trade group and geographic region. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour. Records which fail the statistical edit are considered as outliers and are not used in calculating imputation variables (such as monthly trends) used by the imputation system.

For records which do not respond on time or whose reported sales fail preliminary edits, an estimate is imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of the required data. Methods within the system include using a monthly or yearly trend, the cell mean, annual data divided by twelve, or historical values. If there is insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

There is an identifiable lag between the time a business opens and its appearance on our survey frame. To compensate for the effect this time lag has on monthly estimates, sales for sample births are imputed back to the later of the actual date of birth or the beginning of the previous year. Backward imputation for births is accomplished using inverse monthly trends and produces an improved level estimate for revised data.

Estimation

Total retail sales are estimated by increasing the in-sample sales results by an estimation weight. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. The weights are subsequently adjusted for achieved sample size, in order to inflate the estimate to represent the entire current population. The calculated weighted sales values are summed by their domain, to produce the total sales estimates by stratum. A domain is defined as the most recent classification values available from the CFDB for the statistical entity and the survey reference period. These domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size,

la base sont transmises à Ottawa et elles sont entrées dans la base de données de l'enquête à plusieurs reprises au cours de chaque cycle. Ces procédures révisées ont eu pour conséquence de meilleurs taux de réponse (on obtient environ 90% de réponses pour les estimations provisoires).

Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de commerce et région géographique. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérés comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation (comme les tendances mensuelles) utilisées par le système d'imputation.

On impute une estimation aux enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les ventes déclarées ont été rejetées à la vérification préliminaire. Diverses méthodes d'imputation sont utilisées, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système peut notamment utiliser les tendances mensuelles ou annuelles; la moyenne de la cellule, les données annuelles divisées par douze ou les valeurs historiques. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

Il y a un décalage perceptible entre le moment où l'entreprise ouvre ses portes et celui où elle figure dans la base de l'enquête. Afin de compenser l'effet de ce retard sur les estimations mensuelles, on impute à rebours, jusqu'à la date de création de la nouvelle unité ou jusqu'au début de l'année précédente (selon la plus lointaine des deux dates), les ventes des nouvelles unités de l'échantillon. L'imputation à rebours des nouvelles unités repose sur les tendances mensuelles inverses et produit une estimation de meilleur niveau pour les données révisées.

Estimation

On estime le total des ventes au détail en affectant d'un coefficient d'estimation les chiffres des ventes des unités échantillonnées. Un poids égal à l'inverse de la probabilité de sélection est attribué au départ à chaque entité. Les poids sont ensuite ajustés en fonction de la taille de l'échantillon obtenu, ce qui permet de gonfler l'estimation pour qu'elle représente l'ensemble de la population courante. Les chiffres des ventes pondérés ainsi calculés sont additionnés par domaine ce qui donne les ventes totales estimatives par strate. Par domaine, on entend les valeurs de classification les plus récentes disponibles dans la BDRC pour l'entité statistique et la période de référence de

industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

Period-to-period comparisons can reflect factors other than a general sales trend, such as adjustments to the sample and reclassification of sampled firms to different trade groups. They should therefore be used with caution.

Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented in the non-integrated portion of the CFDB. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses which were derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner operated retail businesses in Canada.

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The first measure is referred to as "retail trade in current dollars" and the latter as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures is by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. The method of calculating the second measure is to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed in the same selected base period (e.g. year 1986).

Presently, there are no estimates of the current values of retail trade by commodity. They are calculated mainly by adjusting the results of the 1989 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken mostly exclusively from the Consumer Price Index (CPI). These indexes have sales taxes removed from them, since by definition, retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

l'enquête. Les domaines peuvent être différents de la strate d'échantillonnage initiale lorsque la taille, la branche d'activité ou l'emplacement des unités représentées par les enregistrements ont subi des modifications. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

Les comparaisons d'une période à l'autre peuvent traduire des facteurs autres qu'une tendance générale des ventes, par exemple la modification de l'échantillon et la reclassification des firmes échantillonnées à d'autres groupes commerciaux. Il faut donc les utiliser avec prudence.

Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de vente au détail. La méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ces mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (p.e.: année 1986).

Il n'existe, présentement, aucune estimation des valeurs en dollars courants du commerce de détail par produits. Ces approximations sont calculées principalement en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises vendues au détail de 1989 pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tableaux d'entrées-sorties. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant presque exclusivement de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Ces indices excluent les taxes de vente car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. L'indice implicite de dégonflement est calculé en divisant l'estimation en dollars courants par l'approximation des ventes totales en dollars constants.

APPENDIX III

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of different kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

APPENDICE III

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations d'un intervieweur à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc..

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc..

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en œuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; et on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

In this publication, the coefficient of variation is used to measure the sampling error of the estimates. However, since the coefficient of variation published for this survey is calculated from the responses of individual units, it also measures some non-sampling error.

The formula used to calculate the published coefficients of variation in Table 4 is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

where X denotes the estimate and S(X) denotes the standard error of X.

In this publication, the error of X is expressed as a percentage.

Confidence intervals can be constructed around the estimate using the estimate and the coefficient of variation. Thus, for our sample, it is possible to state with a given level of confidence that the expected value will fall within the confidence interval constructed around the estimate. For example, if an estimate of \$12,000,000 has a coefficient of variation of 10%, the standard error will be \$1,200,000 or the estimate multiplied by the coefficient of variation. It can then be stated with 68% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals the standard deviation about the estimate, i.e., between \$10,800,000 and \$13,200,000. Or, it can be stated with 95% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals two standard deviations about the estimate, i.e., between \$9,600,000 and \$14,400,000.

Les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. La **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

Dans cette publication, on utilise le coefficient de variation pour évaluer l'erreur d'échantillonnage des estimations. Cependant, puisque le coefficient de variation publié pour cette enquête est calculé à partir des réponses des unités, il mesure aussi une certaine erreur non liée à l'échantillonnage.

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau 4:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation et S(X) est l'écart-type de X.

L'erreur de X est exprimée en pourcentage dans cette publication.

L'estimation et le coefficient de variation nous permettent de construire des intervalles de confiance autour de l'estimation. Ainsi, pour notre échantillon, on peut affirmer qu'avec une confiance donnée, la valeur probable est comprise dans l'intervalle de confiance construit autour de l'estimation. Par exemple, si le coefficient de variation d'une estimation de \$12,000,000 est égal à 10%, l'écart-type sera de \$1,200,000, soit l'estimation multipliée par le coefficient de variation. Alors, on peut affirmer avec une confiance de 68% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur égale à un écart-type autour de l'estimation, soit entre \$10,800,000 et \$13,200,000. Ou encore, on peut affirmer avec une confiance de 95% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur de deux écart-types autour de l'estimation, soit entre \$9,600,000 et \$14,400,000.

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the response fractions are given in Table 4. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error as well as the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Évaluation de l'erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites auparavant. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liée à l'échantillonnage est l'erreur due à la non-réponse. Le tableau 4 présente les fractions de réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. La **fraction de réponse** est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.

APPENDIX IV

Seasonal Adjustment

Economic time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time"(1). In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, climatic or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X11ARIMA/88 seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data to the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X11ARIMA/88 program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are executed every month. This approach en-

APPENDICE IV

Désaisonnalisation

Les séries économiques temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: le mouvement à long terme ou tendance, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, climatiques ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88 (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à l'extrémité de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X11ARMMI/88 fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises. Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonna-

1 "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series", **Canada Statistical Review**, August 1974.

2 For further information see the **X11ARIMA/88 Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada.

1 La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

2 Pour de plus amples informations voir **La méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada.

tures that the estimated seasonal factors are derived from an unadjusted series which includes all the available information about the series, i.e., the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements. To get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

The Canada seasonally adjusted total is derived "indirectly" by the summation of the individually seasonally adjusted kinds of business.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates

Seasonally adjusted constant dollar estimates are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the National Accounts and Environment Division. The total constant dollar seasonally adjusted estimates are derived by employing the indirect seasonal adjustment method.

lisées finales sont exécutées à chaque mois. Cette approche garantit que la série non-désaisonnalisée, à partir de laquelle sont calculées les estimations des facteurs saisonniers, inclut toutes les données les plus récentes relativement à ladite série, c.-à-d., les données non-désaisonnalisées qui portent sur le mois courant et les données non-désaisonnalisées révisées du mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers. Pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

Le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable.

Estimation désaisonnalisées en dollars constants

Les estimations désaisonnalisées en dollars constants sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des Comptes Nationaux et de l'Environnement. Les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation indirecte.

APPENDIX V**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessory dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE V**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 Quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

BON DE COMMANDE

Statistique Canada

ENVOYEZ À:



Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

COMPOSEZ:



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.

TÉLÉCOPIEZ AU:



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Païement inclus

63

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

**Hire our
team of
researchers for
\$56 a year**

**Notre équipe de
chercheurs est à
votre service pour
56 \$ par année**



Subscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

S'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).

*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population.

Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

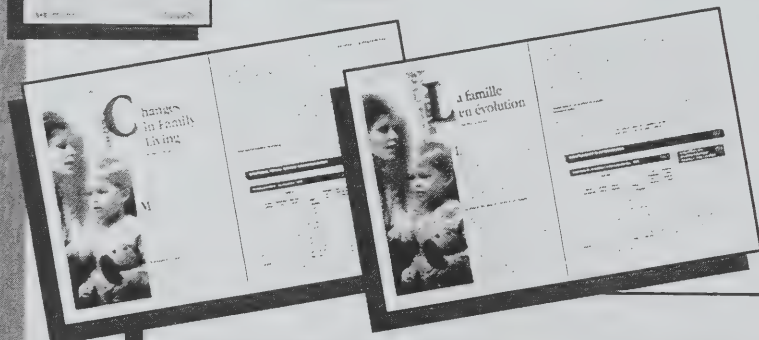
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

March 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Mars 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

March 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Mars 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

June 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 3

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juin 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 3

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G.W. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **P. Desjardins**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G.W. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **P. Desjardins**, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Cash registers remained quiet in March as retail sales declined for a third consecutive month. Sales decreased 0.7% to \$17.5 billion after a 0.3% decline in February. In a context of high interest rates and uncertainty in the job market, consumers held back on purchases. The weak 1995 trend in retail trade contrasts with the general growth observed from early 1992 to November 1994.

The March weakness came from all sectors, especially the automotive, food and clothing sectors. The decline was widespread geographically. Only the Yukon and Northwest Territories reported higher sales. Sales in Manitoba and British Columbia remained unchanged.

Automotive, food and clothing retailers dominated the decline

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and services outlets) dropped 0.8%, the third consecutive monthly decline. Low consumer confidence, high interest rates and higher new car prices influenced consumers to reduce their spending on motor vehicles. Sales by new and used motor vehicle dealers declined 0.9% in March after a 1.2% drop in February; the number of new motor vehicles sold fell 1.7% in March.

Spending in the food sector declined 1.0% in March, offsetting the 0.5% gain in February 1995. Retail food sales, an important contributor to total retail growth since early 1992, have grown at a slower rate since mid-1994.

FAITS SAILLANTS

Les caisses enregistreuseuses sont demeurées moins actives en mars puisque les ventes au détail ont baissé pour un troisième mois d'affilée. Les ventes du commerce de détail ont baissé de 0.7% à \$17.5 milliards après une diminution de 0.3% en février. Dans le contexte des taux d'intérêt élevés et de l'incertitude sur le marché du travail, les consommateurs ont restreint leurs achats. En 1995, la faiblesse de la tendance des ventes du commerce de détail fait contraste avec la croissance générale observée depuis le début de 1992 jusqu'à novembre 1994.

La baisse en mars provient de tous les secteurs, spécialement l'automobile, les aliments et le vêtement. Cette baisse est reflétée dans toutes les provinces. Seuls le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest rapportent des ventes plus élevées. Les ventes au Manitoba et en Colombie-Britannique demeurent inchangées.

L'automobile, l'alimentation et le vêtement ont dominé la baisse

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires d'automobiles neuves et d'occasion, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et services) ont baissé de 0.8% - une troisième baisse mensuelle consécutive. Une confiance des consommateurs à la baisse, des taux d'intérêt à la hausse et des prix plus élevés des véhicules neufs ont influencé les consommateurs à réduire leurs dépenses en ce qui a trait aux véhicules automobiles. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves et d'occasion ont diminué de 0.9% en mars après une baisse de 1.2% en février. Les ventes de véhicules automobiles neufs, en nombre d'unités, ont chuté de 1.7% en mars.

Les dépenses dans le secteur des aliments ont diminué de 1.0% en mars contrebalançant le gain de 0.5% enregistré le mois précédent. Les ventes des détaillants en alimentation, qui ont été un facteur important de la croissance totale des ventes au détail depuis le début de 1992, ont enregistré un taux de croissance plus lent depuis le milieu de 1994.

Sales in the clothing sector declined 1.5% in March, the first decrease in five months. Three of the sector's four components decreased: women's clothing stores (-0.6%), other clothing stores (-1.7%) and men's clothing stores (-7.8%). The decline in men's clothing stores coincided with recent store closures. Partly offsetting these decreases was a 3.2% sales gain by shoe stores, after a 4.0% increase in February.

Higher interest rates helped stall demand for big ticket items in the furniture sector. Sales by furniture retailers declined for a third consecutive month in March (-0.6%). A weak housing market also drove sales down. The resale housing market fell to its lowest level in 11 years in March, and housing starts dropped to their lowest level since 1982.

Sales were sluggish in most provinces

Eight of the provinces recorded monthly decreases in sales. The largest drops in dollar terms were in Ontario (-0.9%) and Alberta (-1.3%). Ontario's decline was only the second since June 1994 and followed no growth in February.

Despite the decline in Ontario and the unchanged level in British Columbia, these two provinces had the highest year-over-year sales increases (+5.4% and +9.2% respectively). Manitoba also reported an increase, a 1.7% gain over March 1994.

First quarter 1995

Retail sales increased a slight 0.1% in the first quarter of 1995. The gain was weaker than the increases in the second, third and fourth quarters of 1994 (+1.3%, +0.8% and +2.1% respectively). Of the five sectors reporting higher sales in the first quarter of 1995, the clothing and the general merchandise sectors were the main contributors to the growth. Partly offsetting the gains were lower sales by the automotive and drug sectors.

En mars, les ventes des détaillants de vêtement ont baissé de 1.5% - une première baisse au cours des cinq derniers mois. Trois des quatre composantes liées aux vêtements ont baissé: les magasins de vêtements pour dames (-0.6%), les autres magasins de vêtements (-1.7%) et les magasins de vêtements pour hommes (-7.8%). La baisse des ventes dans les magasins de vêtements pour hommes coïncide avec la fermeture récente de certains magasins. Ces baisses sont partiellement compensées par la hausse de 3.2% des ventes dans les magasins de chaussures après une hausse de 4.0% en février.

Des taux d'intérêt élevés ont contribué à ralentir la demande d'achats importants dans le secteur de l'ameublement. En mars, les ventes des détaillants de meubles ont baissé pour un troisième mois consécutif (-0.6%). De plus, la faiblesse récente du marché de l'habitation a aussi mené à la baisse des ventes du secteur. Le marché de la revente de l'habitation a atteint son plus bas niveau depuis les onze dernières années tandis que les mises en chantier ont chuté pour atteindre leur plus bas niveau depuis 1982.

Des ventes plus faibles dans la plupart des provinces

Huit provinces ont déclaré des baisses mensuelles en mars. Les diminutions les plus significatives, en termes de dollars, ont été signalées en Ontario (-0.9%) et en Alberta (-1.3%). La baisse en Ontario n'est que la deuxième baisse seulement depuis juin 1994 et fait suite à aucun changement en février.

Malgré cette diminution en Ontario et le niveau inchangé en Colombie-Britannique, ces deux provinces enregistrent les augmentations annuelles les plus élevées par rapport à mars 1994 (+5.4% et +9.2% respectivement). Vient ensuite le Manitoba avec une hausse de 1.7% par rapport à mars 1994.

Premier trimestre de 1995

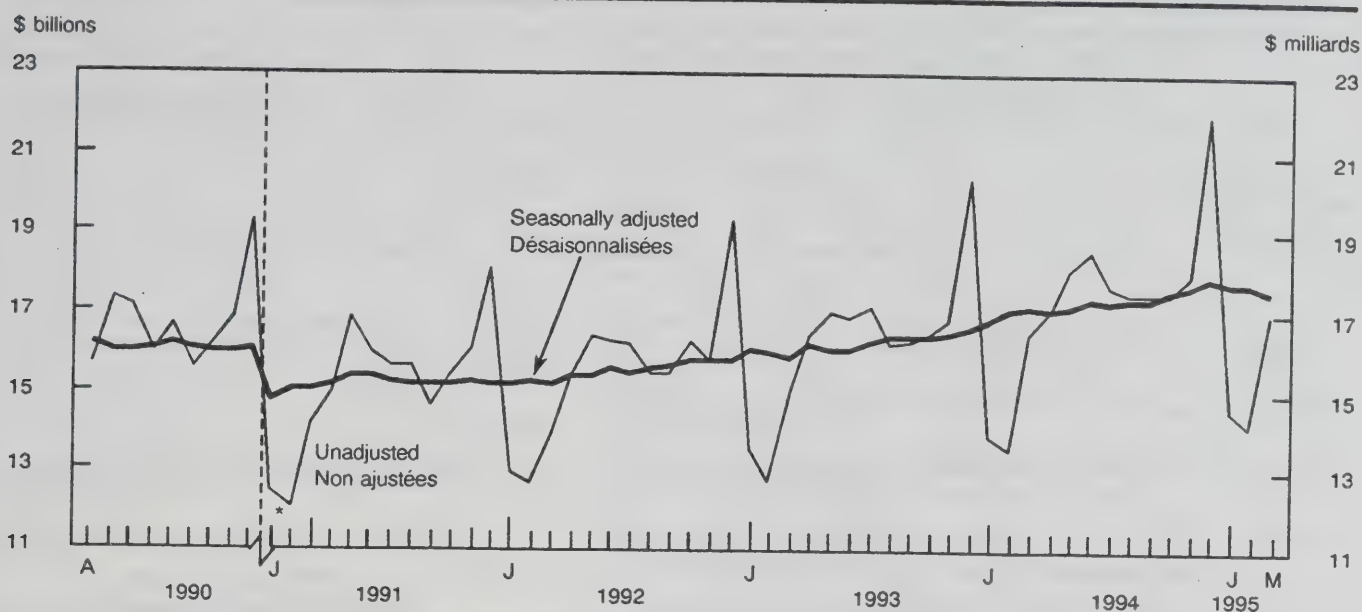
Les ventes au détail ont augmenté légèrement (+0.1%) durant le premier trimestre de 1995. Ce gain est plus faible que les augmentations du deuxième, troisième et quatrième trimestres de 1994 (+1.3%, +0.8% et +2.1% respectivement). Des cinq secteurs qui ont déclaré des ventes plus élevées au cours du trimestre, les secteurs du vêtement et des magasins de marchandises diverses ont été les principaux facteurs de la croissance. Ces hausses ont été partiellement contrebalancées par des ventes plus faibles dans les secteurs de l'automobile et des pharmacies.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

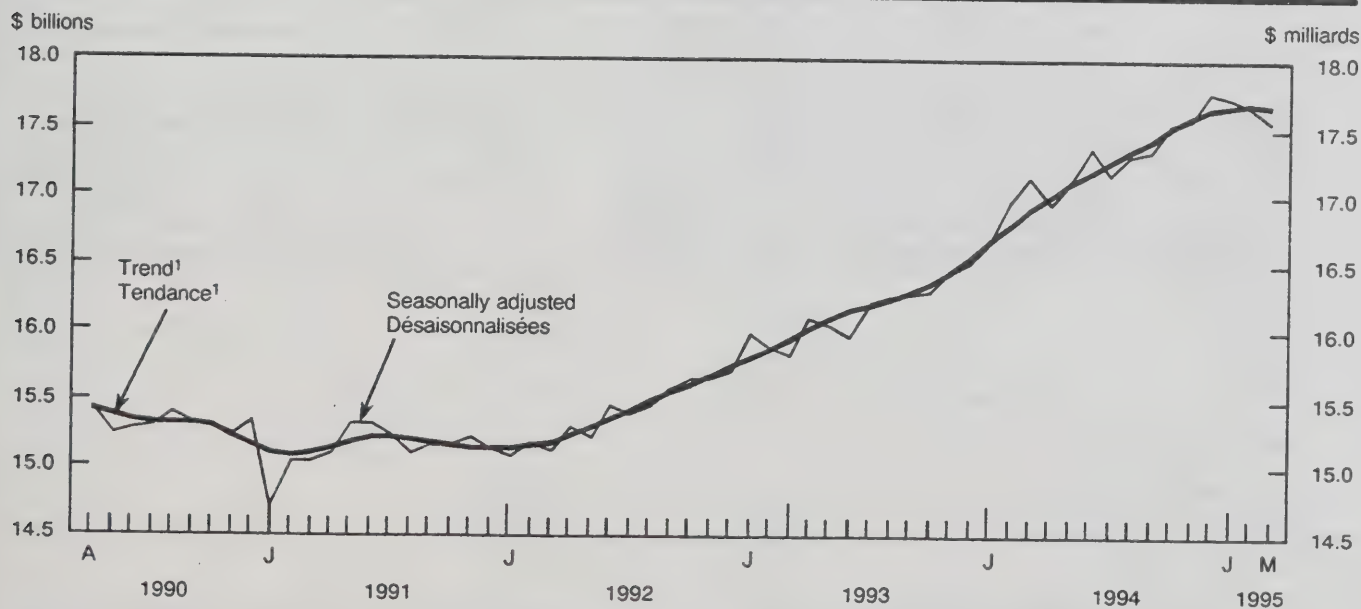
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

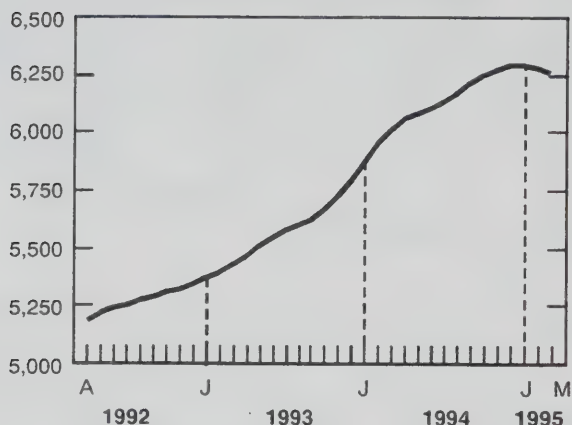
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

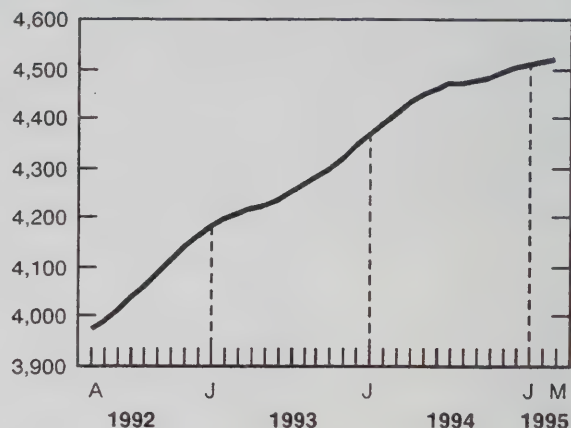
**Retail Sales Trends¹ - Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail - Canada,
par groupe principal**

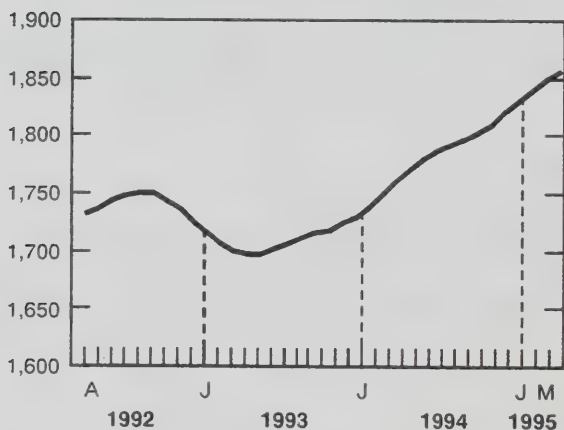
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



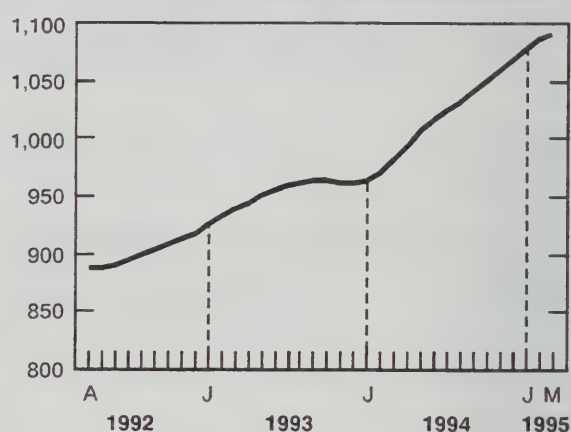
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars

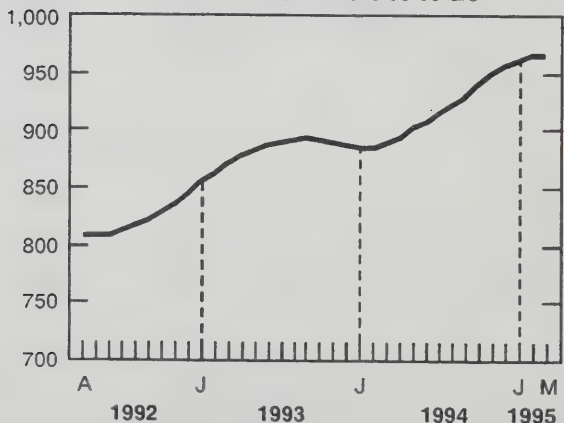


Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



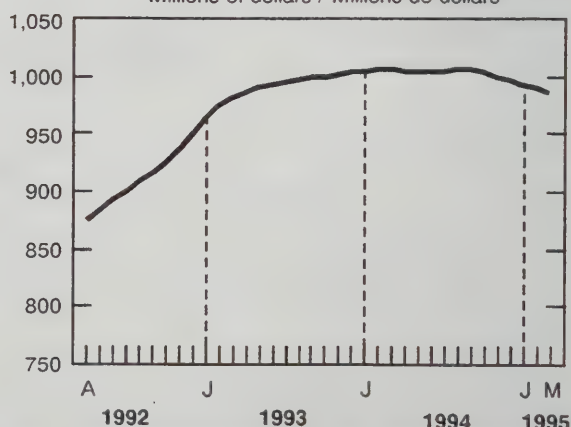
Furniture / Meubles

Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments

Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre		March 1995 Mars	February 1995 Février	
	millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,142.4	4,189.5	4,164.1	4,216.1	12,496.1	-1.1	0.6
2	All other food stores	352.9	349.3	354.3	339.7	1,056.5	1.0	-1.4
3	Drugs and patent medicine stores	981.6	986.7	995.8	993.3	2,964.1	-0.5	-0.9
4	Shoe stores	153.8	149.0	143.2	149.0	446.0	3.2	4.0
5	Men's clothing stores	135.3	146.7	140.2	136.7	422.1	-7.8	4.6
6	Women's clothing stores	350.8	352.8	357.8	359.3	1,061.4	-0.6	-1.4
7	Other clothing stores	442.1	449.5	438.8	433.5	1,330.5	-1.7	2.4
8	Household furniture and appliance stores	760.5	767.2	772.4	782.4	2,300.1	-0.9	-0.7
9	Household furnishings stores	194.6	194.0	193.9	191.5	582.5	0.3	- -
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,036.9	4,074.3	4,125.2	4,138.8	12,236.4	-0.9	-1.2
11	Gasoline service stations	1,174.8	1,179.1	1,135.6	1,184.2	3,489.4	-0.4	3.8
12	Automotive parts, accessories and services	977.7	986.0	1,012.1	1,017.9	2,975.8	-0.8	-2.6
13	General merchandise stores	1,851.1	1,855.1	1,855.2	1,836.6	5,561.4	-0.2	- -
14	Other semi-durable goods stores	594.1	588.5	596.1	598.1	1,778.7	0.9	-1.3
15	Other durable goods stores	483.0	476.5	488.3	468.4	1,447.9	1.4	-2.4
16	Other retail stores	915.2	932.0	957.3	919.8	2,804.5	-1.8	-2.6
17	Total, all stores	17,546.8	17,676.3	17,730.4	17,765.2	52,953.5	-0.7	-0.3
Regions								
18	Newfoundland	285.2	286.9	284.6	286.1	856.8	-0.6	0.8
19	Prince Edward Island	73.5	74.4	73.5	73.0	221.4	-1.3	1.2
20	Nova Scotia	531.7	540.7	542.5	545.1	1,614.9	-1.7	-0.3
21	New Brunswick	407.0	411.1	409.0	419.9	1,227.1	-1.0	0.5
22	Quebec	4,133.9	4,149.9	4,234.1	4,261.8	12,517.9	-0.4	-2.0
23	Ontario	6,600.3	6,657.5	6,654.9	6,609.3	19,912.7	-0.9	- -
24	Manitoba	595.3	595.3	586.2	595.2	1,776.8	- -	1.6
25	Saskatchewan	512.4	531.6	532.9	532.3	1,577.0	-3.6	-0.2
26	Alberta	1,797.8	1,820.6	1,816.5	1,853.7	5,435.0	-1.3	0.2
27	British Columbia	2,550.8	2,549.8	2,538.1	2,530.2	7,638.7	- -	0.5
28	Yukon	18.0	17.8	17.5	18.2	53.3	0.7	2.0
29	Northwest Territories	40.9	40.6	40.6	40.4	122.1	0.8	0.1

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
-1.2	1.1	0.1	2.0	1.6	3.9	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
4.3	5.7	20.1	22.0	27.9	22.8	23.3	Tous les autres magasins d'alimentation 2
0.2	-0.1	-2.7	-2.1	-1.1	-0.1	-2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.9	-1.1	7.7	-0.7	-1.1	10.0	1.9	Magasins de chaussures 4
2.6	2.8	-11.8	0.2	-5.7	-7.9	-5.8	Magasins de vêtements pour hommes 5
-0.4	2.6	7.6	8.1	16.9	13.2	10.7	Magasins de vêtements pour dames 6
1.2	1.1	19.8	27.3	25.1	22.9	24.0	Autres magasins de vêtements 7
-1.3	5.0	8.3	11.9	13.8	10.4	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
1.3	-1.6	2.3	2.4	3.4	-1.2	2.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-0.3	1.7	3.9	6.0	11.4	12.6	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-4.1	-0.1	-0.5	-1.0	-4.3	4.0	-1.9	Stations-service 11
-0.6	0.2	-	1.8	2.5	9.4	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.0	1.7	0.8	2.4	8.5	6.1	3.8	Magasins de marchandises diverses 13
-0.3	-1.9	1.5	1.5	3.1	5.0	2.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.3	-2.3	2.6	3.1	8.5	5.0	4.7	Autres magasins de produits durables 15
4.1	-0.2	4.9	8.5	14.1	11.4	9.1	Autres magasins de vente au détail 16
-0.2	1.1	2.4	4.2	6.5	7.7	4.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
-0.5	0.7	0.5	2.6	1.3	2.6	1.5	Terre-Neuve 18
0.7	0.8	0.2	3.4	0.4	2.5	1.3	Île-du-Prince-Édouard 19
-0.5	0.5	-3.9	0.2	0.4	4.2	-1.1	Nouvelle-Écosse 20
-2.6	2.2	-1.5	-4.8	-1.8	2.4	-2.7	Nouveau-Brunswick 21
-0.7	0.6	-1.6	-1.2	2.2	6.6	-0.2	Québec 22
0.7	0.9	5.4	7.7	10.6	8.7	7.9	Ontario 23
-1.5	2.0	1.7	1.7	3.3	7.4	2.2	Manitoba 24
0.1	0.1	0.1	4.5	6.8	6.4	3.8	Saskatchewan 25
-2.0	2.1	-3.3	1.6	3.0	5.2	0.4	Alberta 26
0.3	1.6	9.2	9.8	10.6	11.7	9.9	Colombie-Britannique 27
-4.2	4.5	1.3	0.3	-0.5	12.5	0.4	Yukon 28
0.5	1.2	6.7	6.5	6.9	8.2	6.7	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	4,152.1	3,728.4	3,845.0	4,722.2	11,725.7
2 All other food stores	333.2	291.5	291.2	410.9	915.8
3 Drugs and patent medicine stores	983.7	890.7	947.3	1,248.4	2,821.1
4 Shoe stores	123.7	88.0	107.2	209.9	318.8
5 Men's clothing stores	102.7	87.2	105.2	298.3	295.4
6 Women's clothing stores	294.7	223.4	249.8	600.8	767.7
7 Other clothing stores	366.0	281.5	304.4	742.7	951.6
8 Household furniture and appliance stores	693.6	584.8	645.8	1,145.3	1,924.5
9 Household furnishings stores	178.7	148.4	148.0	237.0	475.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,378.6	3,272.0	3,192.1	3,411.5	10,842.2
11 Gasoline service stations	1,129.9	1,037.6	1,057.8	1,182.5	3,225.8
12 Automotive parts, accessories and services	900.5	744.6	836.6	1,134.6	2,481.8
13 General merchandise stores	1,605.7	1,279.8	1,309.5	3,211.3	4,194.8
14 Other semi-durable goods stores	471.3	416.4	425.0	961.0	1,312.8
15 Other durable goods stores	386.4	336.9	369.4	924.4	1,092.7
16 Other retail stores	800.4	691.9	695.5	1,445.8	2,187.8
17 Total, all stores	16,901.0	14,102.9	14,529.8	21,886.5	45,533.7
Regions					
18 Newfoundland	271.2	220.5	222.2	369.3	713.8
19 Prince Edward Island	65.0	55.7	57.9	89.3	178.6
20 Nova Scotia	507.1	420.1	438.8	692.9	1,366.0
21 New Brunswick	383.2	322.3	325.6	517.2	1,031.2
22 Quebec	4,019.3	3,237.2	3,389.8	4,960.8	10,646.3
23 Ontario	6,299.6	5,341.0	5,481.4	8,346.9	17,122.1
24 Manitoba	571.7	480.5	485.1	760.8	1,537.4
25 Saskatchewan	496.2	428.6	447.8	661.6	1,372.5
26 Alberta	1,733.0	1,451.1	1,505.4	2,312.9	4,689.5
27 British Columbia	2,498.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	6,727.0
28 Yukon	16.4	13.5	13.1	20.4	43.0
29 Northwest Territories	40.0	33.1	33.2	48.5	106.3

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.7	2.3	-1.5	7.0	0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
19.6	21.7	26.0	22.3	22.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-1.6	-1.6	-0.9	-0.9	-1.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
7.8	0.7	-3.8	13.8	1.7	Magasins de chaussures 4
-12.3	1.3	-8.0	-4.2	-7.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
5.1	7.7	14.2	15.1	8.7	Magasins de vêtements pour dames 6
18.0	26.7	22.7	23.6	22.0	Autres magasins de vêtements 7
7.4	11.6	13.8	12.4	10.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
3.6	2.5	4.3	-1.7	3.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.3	6.5	15.3	9.5	8.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
0.5	-0.4	-4.0	3.0	-1.3	Stations-service 11
- -	1.7	4.3	9.1	1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.5	2.9	7.0	6.3	3.6	Magasins de marchandises diverses 13
-0.2	0.5	2.3	5.1	0.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.4	3.1	7.7	4.7	5.1	Autres magasins de produits durables 15
5.0	9.2	12.2	13.3	8.5	Autres magasins de vente au détail 16
3.0	4.2	5.6	7.9	4.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
2.1	2.4	0.2	3.0	1.6	Terre-Neuve 18
0.9	3.6	-0.2	3.6	1.3	Île-du-Prince-Édouard 19
-2.0	0.4	-0.9	4.7	-0.9	Nouvelle-Écosse 20
-1.4	-4.5	-2.5	3.4	-2.7	Nouveau-Brunswick 21
-0.7	-1.7	1.4	7.4	-0.3	Québec 22
5.8	8.0	9.5	8.7	7.6	Ontario 23
1.8	1.5	2.1	8.5	1.8	Manitoba 24
0.6	5.7	5.3	6.4	3.7	Saskatchewan 25
-3.3	1.7	2.7	5.8	0.1	Alberta 26
10.2	9.7	9.3	10.7	9.7	Colombie-Britannique 27
5.3	0.5	-3.6	10.4	0.9	Yukon 28
7.9	6.1	2.6	8.7	5.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	11,725.5	12,778.9	12,759.4	12,605.3	11,629.4
2	All other food stores	915.9	1,036.8	1,018.2	917.7	749.4
3	Drugs and patent medicine stores	2,821.7	3,252.5	2,971.0	2,952.5	2,860.1
4	Shoe stores	318.9	545.1	454.7	456.3	313.6
5	Men's clothing stores	295.1	598.0	357.5	428.9	317.5
6	Women's clothing stores	767.8	1,329.7	1,007.8	990.2	706.5
7	Other clothing stores	951.9	1,653.2	1,244.4	1,061.8	780.5
8	Household furniture and appliance stores	1,924.1	2,722.7	2,192.6	2,019.9	1,737.3
9	Household furnishings stores	475.0	654.0	610.7	563.2	459.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10,842.7	11,195.3	11,833.4	14,020.9	10,040.1
11	Gasoline service stations	3,225.2	3,576.0	3,824.3	3,533.4	3,268.8
12	Automotive parts, accessories and services	2,481.8	3,259.5	2,991.1	3,179.9	2,434.9
13	General merchandise stores	4,194.9	7,344.0	5,098.2	5,039.3	4,049.1
14	Other semi-durable goods stores	1,312.6	2,194.5	1,834.7	1,840.5	1,301.6
15	Other durable goods stores	1,092.7	1,820.3	1,403.1	1,350.9	1,039.8
16	Other retail stores	2,187.8	3,206.9	2,838.7	2,589.8	2,015.6
17	Total, all stores	45,533.7	57,167.5	52,439.8	53,550.7	43,703.5
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	252.7	269.9	289.5	269.8	240.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.1	75.8	64.9	65.6	63.8
4	Shoe stores	3.3	7.3	5.7	5.2	3.7
5	Men's clothing stores	2.5	7.7	3.5	3.9	2.4
6	Women's clothing stores	8.1	21.2	13.4	12.3	8.2
7	Other clothing stores	7.2	17.3	9.9	8.1	6.3
8	Household furniture and appliance stores	17.3	37.7	24.3	20.9	17.0
9	Household furnishings stores	2.9	5.0	4.0	3.6	2.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	119.1	119.4	158.3	192.8	125.6
11	Gasoline service stations	76.6	85.8	79.5	72.0	67.1
12	Automotive parts, accessories and services	34.0	44.7	42.4	46.0	33.3
13	General merchandise stores	73.6	167.4	114.0	103.8	83.1
14	Other semi-durable goods stores	20.1	39.7	31.8	29.2	18.3
15	Other durable goods stores	7.4	19.4	11.8	11.8	10.0
16	Other retail stores	15.6	32.1	22.1	19.1	17.2
17	Total, all stores	713.8	956.9	880.3	869.0	702.6

**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
Canada						
0.8	3.6	4.2	5.0	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.2	18.7	16.2	2.2	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.3	-0.5	1.0	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.7	8.9	10.3	9.0	11.0	Magasins de chaussures	4
-7.1	-8.6	-5.0	2.2	9.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.7	11.7	4.1	2.3	2.0	Magasins de vêtements pour dames	6
22.0	18.2	12.5	7.9	0.7	Autres magasins de vêtements	7
10.8	8.0	1.7	2.9	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.5	1.4	3.5	0.6	1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
8.0	13.3	10.8	15.6	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.3	0.3	-0.2	-0.5	-0.8	Stations-service	11
1.9	9.0	8.1	10.0	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.6	5.7	4.3	4.1	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
0.8	7.8	10.2	6.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.1	6.3	8.9	7.8	9.1	Autres magasins de produits durables	15
8.5	11.7	8.3	3.8	3.5	Autres magasins de vente au détail	16
4.2	7.1	6.1	7.1	6.6	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
5.2	-1.8	6.1	4.1	-2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.5	5.4	4.8	5.7	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-11.3	1.1	3.6	4.2	9.2	Magasins de chaussures	4
3.8	-4.7	-2.8	8.4	15.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.6	4.2	-2.1	0.3	1.3	Magasins de vêtements pour dames	6
14.1	-44.3	-47.0	-53.0	-44.8	Autres magasins de vêtements	7
2.2	9.7	-0.3	1.7	1.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
7.3	-3.1	2.8	-2.6	-9.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-5.2	5.7	5.8	12.7	15.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
14.1	9.5	-10.9	-8.7	-10.3	Stations-service	11
2.1	-9.2	8.1	15.7	15.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-11.4	6.7	7.8	5.5	9.4	Magasins de marchandises diverses	13
9.9	26.1	12.6	8.8	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-26.4	3.3	4.7	9.5	25.8	Autres magasins de produits durables	15
-9.0	0.4	-2.1	-11.5	-	Autres magasins de vente au détail	16
1.6	2.1	2.5	3.3	1.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	50.9	55.2	56.7	50.7	46.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	15.7	16.9	16.7	16.1	15.4
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	2.1	5.6	6.8	3.6	2.2
8	Household furniture and appliance stores	5.0	7.6	6.7	6.1	5.1
9	Household furnishings stores	1.1	1.9	2.4	2.2	1.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	34.9	40.9	40.7	53.1	34.5
11	Gasoline service stations	21.1	23.1	28.6	23.6	22.3
12	Automotive parts, accessories and services	9.8	14.3	13.8	14.3	10.4
13	General merchandise stores	15.2	32.0	24.0	21.6	16.4
14	Other semi-durable goods stores	7.0	11.1	11.5	8.8	5.9
15	Other durable goods stores	1.9	4.0	2.9	2.4	2.0
16	Other retail stores	8.8	12.5	15.3	11.3	8.6
17	Total, all stores	178.6	235.0	235.1	221.3	176.2
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	421.7	458.5	473.4	439.0	386.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.7	127.6	111.8	108.2	111.7
4	Shoe stores	6.1	11.2	9.5	8.9	6.7
5	Men's clothing stores	5.7	12.9	6.3	6.9	5.4
6	Women's clothing stores	18.5	39.6	27.7	26.4	19.1
7	Other clothing stores	20.8	44.9	28.2	22.1	17.8
8	Household furniture and appliance stores	32.6	53.0	41.7	38.3	36.6
9	Household furnishings stores	9.8	16.8	14.8	13.1	9.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	299.5	298.7	336.2	415.3	313.0
11	Gasoline service stations	100.2	124.4	140.1	139.4	140.9
12	Automotive parts, accessories and services	60.2	85.3	76.2	86.5	58.1
13	General merchandise stores	125.5	266.3	171.3	162.1	127.3
14	Other semi-durable goods stores	38.3	70.2	52.4	48.1	37.3
15	Other durable goods stores	20.0	40.8	26.2	24.0	19.1
16	Other retail stores	72.8	109.0	105.7	93.7	74.6
17	Total, all stores	1,366.0	1,785.9	1,646.7	1,652.7	1,378.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						N°
					Ile-du-Prince-Édouard	
9.2	7.3	-1.3	-1.6	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.9	-4.9	-0.5	-3.0	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.5	7.2	30.2	28.3	14.9	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	-5.9	7.8	10.6	23.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-36.7	-20.9	16.6	2.9	27.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.1	13.9	-0.9	12.3	8.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	12.1	Stations-service	11
-5.7	0.4	-1.3	4.3	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-7.5	-1.4	6.5	3.9	11.2	Magasins de marchandises diverses	13
18.3	6.2	-10.5	-7.0	12.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-4.9	-6.7	-10.5	10.3	-1.8	Autres magasins de produits durables	15
2.9	1.7	7.8	0.4	-8.9	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	2.5	-0.4	3.1	6.2	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
9.0	5.1	3.7	-0.3	-4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.0	0.6	3.2	-0.1	6.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-8.9	-0.3	7.6	10.5	31.0	Magasins de chaussures	4
6.3	-14.8	-9.6	-11.1	4.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
16.9	26.7	21.4	11.2	4.1	Autres magasins de vêtements	7
-10.9	-	2.7	2.4	7.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
9.0	31.6	21.7	22.6	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.3	7.4	-1.8	1.9	24.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-28.9	-28.5	-22.5	-13.1	2.4	Stations-service	11
3.5	3.4	0.9	9.6	12.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.4	1.0	-0.3	-1.2	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
2.5	9.9	4.6	0.6	11.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.0	0.7	-0.2	-2.3	-3.2	Autres magasins de produits durables	15
-2.4	0.9	-0.4	-0.3	5.0	Autres magasins de vente au détail	16
-0.9	1.5	-0.6	-0.2	6.0	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	282.4	308.0	319.6	313.5	310.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	101.9	113.6	96.5	94.3	88.1
4	Shoe stores	5.7	10.8	8.3	8.1	5.2
5	Men's clothing stores	4.8	12.5	7.3	8.3	5.5
6	Women's clothing stores	15.7	32.7	23.1	21.8	15.2
7	Other clothing stores	12.0	26.0	18.7	15.5	12.8
8	Household furniture and appliance stores	31.5	51.7	37.2	34.0	30.8
9	Household furnishings stores	8.7	13.2	11.2	10.4	7.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	223.4	232.3	241.9	323.9	242.6
11	Gasoline service stations	93.0	116.1	123.4	109.3	95.8
12	Automotive parts, accessories and services	65.7	90.6	84.3	82.1	56.7
13	General merchandise stores	98.0	203.8	138.7	139.9	106.6
14	Other semi-durable goods stores	23.7	40.9	30.6	30.9	19.7
15	Other durable goods stores	15.3	33.5	22.3	20.0	14.1
16	Other retail stores	44.0	68.0	64.1	53.9	42.2
17	Total, all stores	1,031.2	1,361.0	1,235.1	1,275.8	1,060.2
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,161.5	3,550.6	3,597.8	3,610.5	3,301.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	668.2	741.8	733.3	745.4	694.5
4	Shoe stores	95.3	186.5	150.7	156.3	95.9
5	Men's clothing stores	66.4	144.8	94.6	116.0	74.0
6	Women's clothing stores	209.6	336.1	281.2	280.9	196.8
7	Other clothing stores	262.7	428.2	339.9	318.8	222.0
8	Household furniture and appliance stores	462.2	627.9	561.8	526.2	375.1
9	Household furnishings stores	105.9	145.8	142.7	138.6	89.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,262.7	2,331.2	2,783.6	3,610.6	2,373.4
11	Gasoline service stations	666.5	735.7	755.1	706.6	709.6
12	Automotive parts, accessories and services	608.8	827.2	731.5	815.2	582.3
13	General merchandise stores	862.6	1,456.9	1,092.1	1,101.0	851.3
14	Other semi-durable goods stores	329.9	489.9	465.5	466.9	292.2
15	Other durable goods stores	219.4	352.5	273.5	274.7	206.5
16	Other retail stores	354.1	543.0	429.9	455.2	329.4
17	Total, all stores	10,646.3	13,251.7	12,768.3	13,661.4	10,682.3

TABLERAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
15.6	24.5	21.9	19.4	19.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
10.6	17.3	19.9	22.8	23.2	Magasins de chaussures	4
-12.6	-19.7	-4.9	9.0	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.3	0.2	0.6	-3.0	1.5	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	-11.6	Autres magasins de vêtements	7
2.3	7.8	8.7	2.2	-2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
13.8	18.9	13.2	6.5	5.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	10.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-2.9	8.0	- -	7.3	9.8	Stations-service	11
15.9	18.5	20.7	15.6	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-8.2	3.9	3.4	9.0	13.5	Magasins de marchandises diverses	13
20.4	2.1	-13.6	-10.3	-11.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.3	20.7	30.2	17.0	8.5	Autres magasins de produits durables	15
4.2	2.5	-7.0	-13.0	-7.2	Autres magasins de vente au détail	16
-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	4.5	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-4.3	2.4	5.9	8.0	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-3.8	-7.3	-1.9	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.6	6.4	8.1	4.3	7.7	Magasins de chaussures	4
-10.3	-1.9	2.9	2.2	5.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.5	15.0	10.0	7.6	14.1	Magasins de vêtements pour dames	6
18.3	17.7	6.8	3.1	1.3	Autres magasins de vêtements	7
23.2	8.0	-1.7	-2.4	-7.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
17.8	4.0	1.9	-7.4	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.7	2.1	1.7	14.3	20.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-6.1	2.1	4.1	0.1	8.4	Stations-service	11
4.6	6.5	5.5	3.9	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.3	7.0	9.7	8.7	11.8	Magasins de marchandises diverses	13
12.9	16.9	14.8	15.7	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.3	17.6	11.3	11.8	11.1	Autres magasins de produits durables	15
7.5	11.0	6.9	7.0	5.4	Autres magasins de vente au détail	16
-0.3	4.9	4.9	7.8	8.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	3,812.0	4,043.4	3,972.9	3,977.4	3,679.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,073.8	1,247.3	1,130.4	1,115.4	1,072.4
4	Shoe stores	119.4	196.6	164.0	172.2	121.0
5	Men's clothing stores	123.0	242.9	141.9	178.1	132.7
6	Women's clothing stores	289.2	519.7	375.7	380.1	260.0
7	Other clothing stores	355.7	624.5	462.6	378.4	270.4
8	Household furniture and appliance stores	731.1	1,015.2	815.2	725.5	659.5
9	Household furnishings stores	184.6	264.5	246.3	221.0	184.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,400.6	4,684.8	4,503.9	5,321.9	3,874.9
11	Gasoline service stations	1,209.3	1,303.0	1,356.0	1,304.6	1,217.5
12	Automotive parts, accessories and services	985.1	1,265.1	1,142.8	1,216.8	965.8
13	General merchandise stores	1,555.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6	1,451.3
14	Other semi-durable goods stores	478.6	835.8	648.1	648.4	480.1
15	Other durable goods stores	432.4	730.9	541.3	527.6	394.0
16	Other retail stores	985.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1	875.1
17	Total, all stores	17,122.1	21,601.2	19,066.4	19,466.3	15,910.3
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	435.4	480.0	478.5	474.9	459.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	65.2	72.9	63.6	63.7	61.8
4	Shoe stores	8.1	13.8	9.8	10.5	8.0
5	Men's clothing stores	8.2	17.5	10.0	12.7	9.6
6	Women's clothing stores	20.9	37.7	29.4	32.0	23.1
7	Other clothing stores	29.4	55.5	38.8	34.5	26.9
8	Household furniture and appliance stores	53.5	82.6	58.6	55.7	50.1
9	Household furnishings stores	12.0	14.7	13.2	13.3	9.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	333.2	352.7	342.0	403.7	310.4
11	Gasoline service stations	152.1	164.3	170.3	146.9	136.9
12	Automotive parts, accessories and services	65.7	86.7	85.5	95.2	71.9
13	General merchandise stores	188.9	322.8	224.1	223.1	186.7
14	Other semi-durable goods stores	37.1	61.8	45.8	51.5	36.3
15	Other durable goods stores	42.5	71.4	50.3	46.6	33.5
16	Other retail stores	63.7	96.1	76.9	73.0	63.1
17	Total, all stores	1,537.4	1,955.5	1,721.4	1,761.5	1,510.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
3.6	4.6	2.9	2.5	3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.1	2.2	0.6	-1.7	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-1.3	4.4	7.6	11.2	12.9	Magasins de chaussures	4
-7.3	-12.3	-8.5	2.4	12.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.2	11.5	3.6	3.3	-1.9	Magasins de vêtements pour dames	6
31.5	21.1	16.2	11.5	2.0	Autres magasins de vêtements	7
10.9	4.4	1.1	0.6	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.1	8.2	13.5	15.7	4.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.6	16.4	11.8	15.2	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.7	-0.8	-2.7	-2.2	-4.7	Stations-service	11
2.0	11.0	10.3	13.0	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.2	7.7	2.3	2.9	4.0	Magasins de marchandises diverses	13
-0.3	2.6	9.5	4.7	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
9.8	7.1	7.5	3.4	3.3	Autres magasins de produits durables	15
12.6	13.6	11.3	3.1	2.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.6	8.6	6.4	6.3	5.0	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
-5.3	0.5	-	-0.3	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.5	2.3	-1.9	-4.2	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.8	11.1	-1.1	3.4	4.9	Magasins de chaussures	4
-14.2	-18.8	-16.2	-5.2	4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.7	-8.5	-9.6	-3.9	-3.7	Magasins de vêtements pour dames	6
9.4	13.8	14.0	6.0	-3.3	Autres magasins de vêtements	7
6.8	6.8	-5.7	6.8	2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
20.8	0.3	2.3	20.2	21.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.3	9.7	3.2	12.7	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.1	11.4	13.9	4.1	1.7	Stations-service	11
-8.6	-8.9	-5.4	3.3	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.2	6.8	3.8	3.4	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
2.2	5.2	-1.2	-7.6	6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
26.9	26.3	12.9	2.1	0.4	Autres magasins de produits durables	15
1.0	8.1	8.5	3.8	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.8	5.1	2.7	3.9	5.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	355.3	373.7	388.4	383.8	345.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	84.3	108.3	105.2	109.7	106.4
4	Shoe stores	7.4	12.1	9.7	9.6	6.8
5	Men's clothing stores	6.4	14.3	8.2	11.0	8.6
6	Women's clothing stores	17.5	30.3	23.2	23.9	17.6
7	Other clothing stores	24.2	46.1	31.1	26.6	21.4
8	Household furniture and appliance stores	49.0	66.8	48.7	44.7	40.8
9	Household furnishings stores	14.3	20.1	16.0	15.1	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	315.5	371.5	327.6	362.7	286.4
11	Gasoline service stations	121.9	132.8	146.5	131.6	112.9
12	Automotive parts, accessories and services	93.1	131.5	126.9	131.7	90.7
13	General merchandise stores	159.8	258.1	181.9	183.3	148.3
14	Other semi-durable goods stores	35.0	60.1	45.9	52.7	38.6
15	Other durable goods stores	27.3	48.7	38.4	41.1	29.6
16	Other retail stores	52.0	77.3	69.2	63.9	48.1
17	Total, all stores	1,372.5	1,763.4	1,576.9	1,602.2	1,324.2
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,256.8	1,378.9	1,369.5	1,348.9	1,274.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.6	302.0	262.0	266.3	278.3
4	Shoe stores	29.4	44.9	39.3	32.5	23.8
5	Men's clothing stores	29.9	55.9	31.1	40.5	37.7
6	Women's clothing stores	77.6	137.9	96.3	89.4	69.1
7	Other clothing stores	104.1	185.7	140.4	115.9	88.2
8	Household furniture and appliance stores	234.6	330.0	254.6	252.5	229.9
9	Household furnishings stores	46.9	60.9	59.4	55.6	52.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,104.7	1,108.0	1,224.2	1,510.8	1,065.1
11	Gasoline service stations	324.5	387.7	448.9	403.2	336.6
12	Automotive parts, accessories and services	272.1	392.8	365.9	379.8	281.8
13	General merchandise stores	446.3	758.1	527.4	517.4	428.7
14	Other semi-durable goods stores	124.6	220.3	197.1	199.0	153.5
15	Other durable goods stores	120.0	209.8	174.3	150.1	113.1
16	Other retail stores	233.2	357.5	295.6	274.3	219.3
17	Total, all stores	4,689.5	5,977.8	5,520.7	5,671.9	4,684.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
2.7	1.4	4.6	8.0	4.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-20.8	4.5	17.3	22.5	18.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.3	27.0	16.3	11.9	6.0	Magasins de chaussures	4
-25.6	-10.4	-3.9	17.4	14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.7	3.2	0.9	-13.1	-22.1	Magasins de vêtements pour dames	6
13.1	23.8	12.4	-0.3	-10.5	Autres magasins de vêtements	7
20.1	21.3	24.4	28.7	14.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
9.8	19.3	2.9	0.3	4.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	21.7	12.0	13.2	14.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
8.0	7.1	9.6	9.4	4.8	Stations-service	11
2.7	41.0	34.4	35.5	28.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.8	5.4	3.7	5.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
-9.4	-4.2	-1.6	2.8	0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-8.0	-14.2	-8.1	4.4	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
8.0	-7.6	4.5	-0.7	-4.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.7	9.0	9.1	10.8	7.6	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
-1.3	1.6	4.1	6.0	8.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-9.2	-8.7	-6.6	-0.3	5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
23.4	35.4	26.5	12.7	9.6	Magasins de chaussures	4
-20.6	-24.7	-29.3	-10.0	11.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.2	18.9	-10.4	-11.5	-6.2	Magasins de vêtements pour dames	6
18.0	20.0	16.7	12.8	-0.2	Autres magasins de vêtements	7
2.0	2.7	-4.7	-0.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-10.8	-11.1	-1.7	-2.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.7	10.6	22.4	30.5	20.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-3.6	1.4	4.5	6.1	-0.2	Stations-service	11
-3.4	18.0	14.9	19.5	12.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.1	2.7	-0.2	-4.2	-2.9	Magasins de marchandises diverses	13
-18.8	-4.1	4.8	-6.8	5.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.1	6.9	9.8	0.1	-0.1	Autres magasins de produits durables	15
6.3	24.1	9.1	6.3	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
0.1	5.4	6.9	9.4	8.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	British Columbia					
1	Supermarkets and grocery stores	1,656.4	1,815.6	1,768.3	1,692.3	1,546.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	375.5	439.4	379.4	360.9	361.5
4	Shoe stores	42.8	59.5	56.1	51.3	41.3
5	Men's clothing stores	46.9	86.4	52.5	49.8	40.5
6	Women's clothing stores	108.0	169.0	133.0	119.1	94.4
7	Other clothing stores	131.3	214.9	163.7	134.9	110.2
8	Household furniture and appliance stores	303.3	444.9	339.9	312.1	288.9
9	Household furnishings stores	87.7	109.7	99.5	89.1	87.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,732.0	1,638.9	1,856.9	1,805.5	1,398.5
11	Gasoline service stations	449.9	492.5	561.4	484.4	419.1
12	Automotive parts, accessories and services	282.0	315.8	315.9	307.2	279.2
13	General merchandise stores	626.0	1,024.5	743.2	730.9	605.8
14	Other semi-durable goods stores	213.8	356.5	298.6	298.8	215.5
15	Other durable goods stores	203.3	303.4	255.6	246.4	214.7
16	Other retail stores	350.5	479.0	446.5	395.2	330.5
17	Total, all stores	6,727.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7	6,131.2
	Yukon and Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	40.5	45.0	44.9	44.5	38.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	0.9	1.4	1.1	1.2	0.8
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.0	5.1	4.0	3.8	3.6
9	Household furnishings stores	1.1	1.5	1.4	1.3	1.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	17.2	16.8	18.0	20.5	15.6
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	44.0	57.6	48.4	51.6	43.7
14	Other semi-durable goods stores	4.5	8.1	7.4	6.1	4.2
15	Other durable goods stores	3.3	5.7	6.6	6.2	3.3
16	Other retail stores	7.8	10.7	10.6	9.0	7.6
17	Total, all stores	149.3	183.3	177.6	174.9	143.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
7.1	10.9	8.9	10.1	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.9	2.5	5.0	5.6	11.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.7	14.1	16.6	14.0	12.1	Magasins de chaussures	4
15.7	12.5	16.7	13.8	11.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
14.4	15.5	12.9	7.6	5.3	Magasins de vêtements pour dames	6
19.2	22.4	19.3	17.2	5.7	Autres magasins de vêtements	7
5.0	21.3	13.1	19.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.7	-13.8	-13.3	-17.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
23.9	30.3	28.2	18.8	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.3	1.5	-0.2	-2.2	-7.5	Stations-service	11
1.0	-3.1	-4.2	-2.5	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.3	2.3	6.2	6.1	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
-0.8	19.5	18.1	12.5	19.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.3	-6.5	10.3	21.3	31.7	Autres magasins de produits durables	15
6.1	8.6	6.7	6.8	5.3	Autres magasins de vente au détail	16
9.7	11.4	11.8	10.0	7.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
6.7	6.9	5.3	10.6	11.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.1	12.0	-2.3	13.4	-0.7	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
10.8	21.7	6.6	21.3	47.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.3	-4.9	0.1	-9.9	-8.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	4.9	-	13.7	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.6	6.7	6.4	10.7	19.8	Magasins de marchandises diverses	13
7.6	32.3	14.9	14.3	16.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.0	22.7	45.7	40.2	17.4	Autres magasins de produits durables	15
2.7	-4.6	-1.3	-13.1	0.8	Autres magasins de vente au détail	16
4.2	8.6	8.1	10.5	14.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	11.9	13.1	14.5	14.0	12.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.3	6.5	6.4	8.7	5.3
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	1.6	3.5	4.2	3.1	1.9
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	43.0	54.3	59.2	55.5	42.6
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	28.6	32.0	30.4	30.5	25.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.4	1.7	1.9	2.1	1.8
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.8	10.2	11.6	11.8	10.3
11	Gasoline service stations	4.0	4.1	4.9	4.3	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	2.9	4.7	3.1	3.1	2.3
15	Other durable goods stores	1.8	2.7	2.6	2.4	1.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	106.3	129.0	118.4	119.3	100.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.8	-5.1	-2.1	7.5	-7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-14.8	44.4	23.1	37.7	52.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
0.9	4.8	2.3	2.6	4.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
11.8	12.6	13.9	22.8	21.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-24.2	-34.5	-25.4	-3.0	-3.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.1	12.4	1.1	18.8	28.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.8	36.4	92.8	54.7	55.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
26.2	24.6	5.3	-2.2	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.2	-2.6	11.4	-2.0	4.9	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.6	10.3	11.3	14.7	18.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	90.2	96.3	97.1	96.7
2	All other food stores	86.8	89.7	93.1	95.5
3	Drugs and patent medicine stores	94.8	95.3	94.6	94.9
4	Shoe stores	86.7	95.8	98.1	97.9
5	Men's clothing stores	93.4	95.5	96.7	96.6
6	Women's clothing stores	86.7	91.6	93.9	95.3
7	Other clothing stores	86.0	95.9	91.9	96.3
8	Household furniture and appliance stores	91.4	95.8	96.1	97.2
9	Household furnishings stores	91.3	93.0	96.5	92.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.7	97.3	98.1	97.9
11	Gasoline service stations	93.8	94.5	95.0	97.2
12	Automotive parts, accessories and services	89.1	91.7	92.7	92.6
13	General merchandise stores	99.3	99.6	99.6	99.7
14	Other semi-durable goods stores	89.1	93.9	97.0	95.8
15	Other durable goods stores	91.8	95.1	96.5	97.3
16	Other retail stores	95.1	96.5	97.5	98.2
17	Total, all stores	92.8	96.0	96.7	97.1
Regions					
18	Newfoundland	96.3	98.0	96.9	96.9
19	Prince Edward Island	94.7	96.1	97.1	97.3
20	Nova Scotia	92.4	95.6	97.2	97.3
21	New Brunswick	96.2	96.8	97.3	97.8
22	Quebec	94.8	96.3	97.5	97.7
23	Ontario	89.4	94.7	95.4	96.1
24	Manitoba	96.3	97.0	96.9	97.8
25	Saskatchewan	96.5	97.6	97.1	97.6
26	Alberta	93.0	96.3	96.8	97.4
27	British Columbia	95.5	98.0	98.2	98.1
28	Yukon	92.3	93.9	95.8	94.8
29	Northwest Territories	90.4	91.3	93.4	94.1

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.3	2.7	2.7	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
7.0	8.0	6.1	6.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.2	2.4	2.4	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
4.3	4.3	4.3	3.7	Magasins de chaussures 4
4.6	4.8	5.6	4.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.4	3.9	4.2	3.1	Magasins de vêtements pour dames 6
6.9	7.0	7.4	4.4	Autres magasins de vêtements 7
4.6	5.0	5.1	4.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.4	4.9	4.6	4.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.1	4.6	4.6	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.2	4.2	4.0	4.6	Stations-service 11
2.9	3.2	4.2	3.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	1.2	1.3	0.8	Magasins de marchandises diverses 13
4.0	3.9	4.3	3.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.9	4.2	5.3	4.9	Autres magasins de produits durables 15
2.4	4.1	4.2	2.2	Autres magasins de vente au détail 16
1.3	1.4	1.4	1.1	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.3	2.4	3.1	2.4	Terre-Neuve 18
2.1	2.1	2.1	1.7	Île-du-Prince-Édouard 19
3.8	3.6	3.6	2.6	Nouvelle-Écosse 20
2.3	2.5	2.7	2.0	Nouveau-Brunswick 21
2.6	2.6	2.4	2.1	Québec 22
2.8	3.0	3.2	2.4	Ontario 23
3.7	3.8	2.9	2.4	Manitoba 24
2.4	2.5	2.4	2.2	Saskatchewan 25
3.5	4.1	2.4	1.8	Alberta 26
2.2	2.3	1.9	1.5	Colombie-Britannique 27
1.1	1.1	0.9	1.3	Yukon 28
2.2	2.1	2.4	2.5	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,142.4	4,189.5	4,164.1	4,216.1	4,171.3	4,141.7	4,116.3
2 All other food stores	352.9	349.3	354.3	339.7	321.4	335.4	327.8
3 Drugs and patent medicine stores	981.6	986.7	995.8	993.3	994.3	1,004.8	1,010.0
4 Shoe stores	153.8	149.0	143.2	149.0	150.7	145.1	143.2
5 Men's clothing stores	135.3	146.7	140.2	136.7	132.9	134.0	134.9
6 Women's clothing stores	350.8	352.8	357.8	359.3	350.3	349.9	342.2
7 Other clothing stores	442.1	449.5	438.8	433.5	428.6	407.5	416.9
8 Household furniture and appliance stores	760.5	767.2	772.4	782.4	745.0	753.2	727.3
9 Household furnishings stores	194.6	194.0	193.9	191.5	194.6	192.9	193.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,036.9	4,074.3	4,125.2	4,138.8	4,068.5	4,102.0	4,037.8
11 Gasoline service stations	1,174.8	1,179.1	1,135.6	1,184.2	1,185.9	1,171.6	1,181.3
12 Automotive parts, accessories and service	977.7	986.0	1,012.1	1,017.9	1,016.1	995.3	978.1
13 General merchandise stores	1,851.1	1,855.1	1,855.2	1,836.6	1,806.2	1,814.3	1,760.0
14 Other semi-durable goods stores	594.1	588.5	596.1	598.1	609.8	611.5	601.7
15 Other durable goods stores	483.0	476.5	488.3	468.4	479.2	465.5	456.6
16 Other retail stores	915.2	932.0	957.3	919.8	921.3	919.6	907.1
17 Total, all stores	17,546.8	17,676.3	17,730.4	17,765.2	17,576.2	17,544.5	17,334.3
Regions							
18 Newfoundland	285.2	286.9	284.6	286.1	284.0	287.1	285.7
19 Prince Edward Island	73.5	74.4	73.5	73.0	72.4	74.6	71.9
20 Nova Scotia	531.7	540.7	542.5	545.1	542.6	541.6	535.2
21 New Brunswick	407.0	411.1	409.0	419.9	410.9	409.6	394.4
22 Quebec	4,133.9	4,149.9	4,234.1	4,261.8	4,234.6	4,173.8	4,175.2
23 Ontario	6,600.3	6,657.5	6,654.9	6,609.3	6,550.9	6,517.0	6,420.4
24 Manitoba	595.3	595.3	586.2	595.2	583.8	590.9	574.1
25 Saskatchewan	512.4	531.6	532.9	532.3	531.9	547.1	530.3
26 Alberta	1,797.8	1,820.6	1,816.5	1,853.7	1,816.3	1,836.9	1,781.4
27 British Columbia	2,550.8	2,549.8	2,538.1	2,530.2	2,491.5	2,508.4	2,509.1
28 Yukon	18.0	17.8	17.5	18.2	17.5	17.5	17.5
29 Northwest Territories	40.9	40.6	40.6	40.4	39.9	39.9	39.2

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,166.7	4,195.6	4,142.5	4,158.5	4,117.4	4,140.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
328.4	322.0	313.8	291.2	285.8	293.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,005.6	1,002.1	1,000.3	999.4	1,002.4	1,009.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
159.5	148.3	145.1	147.2	145.0	142.9	Magasins de chaussures	4
139.0	140.4	143.0	141.2	150.1	153.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
342.5	338.3	339.1	328.7	324.4	326.0	Magasins de vêtements pour dames	6
422.4	403.3	399.1	383.8	370.5	369.0	Autres magasins de vêtements	7
722.8	723.9	723.6	719.9	708.7	702.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.3	192.7	188.7	188.9	185.5	190.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,806.6	3,751.0	4,024.1	3,890.6	3,827.9	3,885.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,192.7	1,193.3	1,189.6	1,180.2	1,169.9	1,180.3	Stations-service	11
992.8	991.3	985.8	963.7	986.4	977.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,843.4	1,779.5	1,799.4	1,773.1	1,760.2	1,835.6	Magasins de marchandises diverses	13
613.4	607.0	598.6	595.2	592.8	585.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
478.4	474.8	472.5	469.0	467.2	470.6	Autres magasins de produits durables	15
894.8	904.2	882.5	871.9	856.2	872.1	Autres magasins de vente au détail	16
17,301.3	17,167.9	17,347.7	17,102.5	16,950.5	17,134.1	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
283.9	283.9	287.7	283.4	282.5	283.7	Terre-Neuve	18
71.5	70.7	71.6	71.8	71.5	73.3	Île-du-Prince-Édouard	19
534.3	535.3	535.4	527.4	532.6	553.5	Nouvelle-Écosse	20
400.4	405.1	415.8	411.7	402.9	413.2	Nouveau-Brunswick	21
4,214.0	4,165.4	4,247.7	4,216.4	4,122.5	4,200.7	Québec	22
6,358.2	6,298.0	6,364.7	6,246.4	6,212.1	6,262.2	Ontario	23
581.7	573.7	582.3	556.6	572.9	585.6	Manitoba	24
524.2	523.1	520.8	515.1	520.9	512.1	Saskatchewan	25
1,829.2	1,824.4	1,845.0	1,823.5	1,829.1	1,858.4	Alberta	26
2,447.5	2,432.0	2,420.3	2,393.6	2,347.4	2,335.5	Colombie-Britannique	27
17.4	17.7	17.4	17.6	17.8	17.7	Yukon	28
38.8	38.6	38.9	39.0	38.4	38.3	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,152.1	3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6	4,197.2
2 All other food stores	333.2	291.5	291.2	410.9	299.8	326.2	326.2
3 Drugs and patent medicine stores	983.7	890.7	947.3	1,248.4	991.3	1,012.8	1,008.6
4 Shoe stores	123.7	88.0	107.2	209.9	175.0	160.2	159.8
5 Men's clothing stores	102.7	87.2	105.2	298.3	162.2	137.5	126.6
6 Women's clothing stores	294.7	223.4	249.8	600.8	375.7	353.3	362.9
7 Other clothing stores	366.0	281.5	304.4	742.7	487.1	423.4	453.3
8 Household furniture and appliance stores	693.6	584.8	645.8	1,145.3	806.4	770.9	763.7
9 Household furnishings stores	178.7	148.4	148.0	237.0	217.7	199.3	200.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,378.6	3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8	3,989.8
11 Gasoline service stations	1,129.9	1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4	1,210.8
12 Automotive parts, accessories and service	900.5	744.6	836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8	962.2
13 General merchandise stores	1,605.7	1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9	1,701.7
14 Other semi-durable goods stores	471.3	416.4	425.0	961.0	650.4	583.1	593.6
15 Other durable goods stores	386.4	336.9	369.4	924.4	483.0	413.0	452.8
16 Other retail stores	800.4	691.9	695.5	1,445.8	881.5	879.7	912.5
17 Total, all stores	16,901.0	14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0	17,422.3
Regions							
18 Newfoundland	271.2	220.5	222.2	369.3	304.7	282.9	287.5
19 Prince Edward Island	65.0	55.7	57.9	89.3	72.9	72.7	73.8
20 Nova Scotia	507.1	420.1	438.8	692.9	556.9	536.1	542.7
21 New Brunswick	383.2	322.3	325.6	517.2	435.5	408.2	396.5
22 Quebec	4,019.3	3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7	4,196.8
23 Ontario	6,299.6	5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2	6,457.4
24 Manitoba	571.7	480.5	485.1	760.8	606.3	588.4	569.8
25 Saskatchewan	496.2	428.6	447.8	661.6	552.3	549.4	521.0
26 Alberta	1,733.0	1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1	1,783.6
27 British Columbia	2,498.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6	2,537.9
28 Yukon	16.4	13.5	13.1	20.4	16.6	17.3	17.7
29 Northwest Territories	40.0	33.1	33.2	48.5	40.3	40.2	37.9

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,112.4	4,449.7	4,285.7	4,164.5	4,155.1	4,081.5	11,725.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
334.0	357.9	337.7	300.2	279.8	278.7	915.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2
998.9	963.5	999.2	978.8	974.4	999.2	2,821.7	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
160.0	134.9	148.1	157.0	151.1	114.8	318.9	Magasins de chaussures	4
112.7	118.2	148.9	136.2	143.8	117.1	295.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
322.4	322.4	340.5	332.7	317.0	280.4	767.8	Magasins de vêtements pour dames	6
433.9	357.2	377.5	350.6	333.7	310.2	951.9	Autres magasins de vêtements	7
719.1	709.8	708.5	656.0	655.3	645.6	1,924.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
209.1	201.1	201.0	187.9	174.3	172.5	475.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,900.4	3,943.1	4,844.1	4,791.6	4,385.2	4,197.3	10,842.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,302.1	1,311.5	1,253.9	1,196.1	1,083.4	1,124.6	3,225.2	Stations-service	11
1,001.1	1,027.9	1,103.9	1,073.2	1,002.8	900.4	2,481.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,776.6	1,619.9	1,725.4	1,680.0	1,633.9	1,582.3	4,194.9	Magasins de marchandises diverses	13
630.6	610.5	641.9	663.1	535.5	472.2	1,312.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
481.4	469.0	479.9	455.7	415.4	370.1	1,092.7	Autres magasins de produits durables	15
918.2	1,008.0	934.3	863.1	792.4	762.4	2,187.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,412.9	17,604.7	18,530.6	17,986.9	17,033.2	16,409.3	45,533.7	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
294.1	298.7	301.3	288.9	278.8	265.5	713.8	Terre-Neuve	18
79.5	81.8	78.9	74.4	68.1	64.5	178.6	Île-du-Prince-Édouard	19
546.8	557.2	575.3	544.8	532.6	517.5	1,366.0	Nouvelle-Écosse	20
411.8	426.8	444.8	429.0	402.0	388.8	1,031.2	Nouveau-Brunswick	21
4,260.3	4,311.2	4,645.7	4,660.1	4,355.6	4,048.9	10,646.3	Québec	22
6,260.0	6,349.0	6,825.3	6,500.1	6,140.9	5,956.8	17,122.1	Ontario	23
573.8	577.9	611.8	578.3	571.4	561.8	1,537.4	Manitoba	24
526.0	529.9	549.4	527.4	525.4	493.4	1,372.5	Saskatchewan	25
1,861.9	1,875.2	1,944.4	1,890.6	1,836.8	1,791.6	4,689.5	Alberta	26
2,539.1	2,534.4	2,490.5	2,436.1	2,267.1	2,267.8	6,727.0	Colombie-Britannique	27
20.4	21.1	20.4	18.2	16.9	15.6	43.0	Yukon	28
39.1	41.5	42.7	39.1	37.5	37.0	106.3	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	77.7	64.2	66.4	169.8	208.3
Prince Edward Island	18.8	16.1	16.3	37.8	51.2
Nova Scotia	143.6	120.3	126.3	304.1	390.1
New Brunswick	116.1	99.2	101.8	229.1	317.2
Quebec	1,221.6	986.6	1,074.1	2,050.0	3,282.3
Ontario	1,956.2	1,649.6	1,736.9	3,720.6	5,342.8
Manitoba	176.5	141.9	147.5	328.4	465.9
Saskatchewan	151.1	130.9	143.1	283.7	425.2
Alberta	535.7	448.9	481.5	1,019.8	1,466.0
British Columbia	784.0	657.7	696.8	1,399.7	2,138.5
Yukon	4.9	4.4	4.1	8.6	13.4
Northwest Territories	20.1	17.1	16.7	27.4	53.8
Total	5,206.4	4,336.9	4,611.5	9,579.0	14,154.8

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	77.7	64.2	66.4	169.8	127.0	101.8	94.4
Prince Edward Island	18.8	16.1	16.3	37.8	25.8	22.8	23.8
Nova Scotia	143.6	120.3	126.3	304.1	207.1	172.2	168.2
New Brunswick	116.1	99.2	101.8	229.1	167.0	142.7	130.2
Quebec	1,221.6	986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4	1,381.6
Ontario	1,956.2	1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9	2,199.1
Manitoba	176.5	141.9	147.5	328.4	222.6	199.9	180.9
Saskatchewan	151.1	130.9	143.1	283.7	198.0	183.3	168.0
Alberta	535.7	448.9	481.5	1,019.8	680.6	605.2	584.1
British Columbia	784.0	657.7	696.8	1,399.7	944.6	864.0	866.9
Yukon	4.9	4.4	4.1	8.6	6.2	6.2	6.4
Northwest Territories	20.1	17.1	16.7	27.4	22.2	22.2	20.0
Total	5,206.4	4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5	5,823.6

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-4.1	-2.0	-3.5	5.3	-3.3	Terre-Neuve
-2.1	0.7	-4.0	-1.4	-1.9	Île-du-Prince-Édouard
-1.1	0.3	1.2	6.9	0.1	Nouvelle-Écosse
1.4	4.7	5.6	9.2	3.7	Nouveau-Brunswick
5.1	5.3	7.6	10.3	5.9	Québec
4.5	5.8	9.0	6.5	6.3	Ontario
2.8	4.8	6.3	8.2	4.5	Manitoba
-8.1	1.6	3.8	5.0	-1.4	Saskatchewan
-1.3	-0.4	-	3.8	-0.6	Alberta
2.4	3.9	5.3	6.0	3.8	Colombie-Britannique
-6.5	-1.2	-6.1	21.8	-4.7	Yukon
4.8	3.1	0.3	4.8	2.8	Territoires du Nord-Ouest
2.8	4.2	6.3	7.0	4.3	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
97.8	91.1	92.3	86.5	85.6	81.0	208.3	Terre-Neuve
27.4	25.7	23.9	22.1	19.9	19.2	51.2	Île-du-Prince-Édouard
166.3	155.4	159.4	150.6	148.1	145.2	390.1	Nouvelle-Écosse
137.4	126.2	134.7	129.4	119.0	114.5	317.2	Nouveau-Brunswick
1,409.2	1,344.5	1,425.3	1,404.0	1,295.8	1,162.8	3,282.3	Québec
2,133.7	2,025.9	2,154.3	2,046.5	1,950.4	1,872.7	5,342.8	Ontario
190.7	172.0	185.2	182.5	175.8	171.8	465.9	Manitoba
176.1	164.0	175.3	170.4	172.2	164.5	425.2	Saskatchewan
630.0	567.7	583.0	575.4	560.7	542.7	1,466.0	Alberta
848.5	806.1	809.4	803.5	780.3	765.5	2,138.5	Colombie-Britannique
7.4	7.2	6.9	6.1	6.2	5.3	13.4	Yukon
20.1	20.6	21.3	21.0	20.5	19.2	53.8	Territoires du Nord-Ouest
5,844.6	5,506.6	5,771.0	5,598.1	5,334.5	5,064.4	14,154.8	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,901.0	3.0	14,247.6	0.6
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,730.4	-0.2	15,117.6	-0.5	Janvier
117.6	17,676.3	-0.3	15,033.5	-0.6	Février
117.9	17,546.8	-0.7	14,885.6	-1.0	Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 Quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**

(Please print)

PHONE: 1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

FAX TO:

 (613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number _____

Signature _____ Expiry Date _____

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

 Purchase Order Number	
---	--

(Please enclose)

Authorized Signature

Company		
Department		
Attention	Title	
Address		
City	Province	
	()	()
Postal Code	Phone	Fax

Please ensure that **all information** is completed.

[illegible]

► **Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada / Statistique Canada

Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT :**

VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard


N° de carte _____

Signature _____

Date d'expiration

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 **N° du bon de commande**
(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Total

TOTAL GÉNÉRAL

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*

An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With *Custom FamEx Tabulations* you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get *Custom FamEx Tabulations* in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment:

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis*.

Avec *Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles*, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir *Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles* dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

April 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Avril 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

April 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Avril 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

July 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 4

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 4

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers increased their purchases slightly (+0.2%) in April after three months of retail declines. If sales from motor vehicle and recreational vehicle dealers are excluded, the increase was stronger (+0.4%). However, Ontario consumers continued to hold back, causing sales in the province to fall for a third consecutive month.

Retail sales increased 0.2% to \$17.5 billion after receding 1.0% in March. Little change in employment, a slow housing market and low consumer confidence in recent months may have led consumers to continue to be cautious in their spending.

So far in 1995, sales contrast with the general growth observed from early 1992 to November 1994.

Sales in Ontario continued to sag

Among the provinces and territories, Ontario experienced the largest drop in sales in April, down 1.3% (\$86 million). It was the province's third consecutive monthly decline. Industry analysts associate this recent weakness to slow employment growth, a high level of household debt and a squeeze on incomes. With this latest decline, sales growth since 1992 in Ontario fell below the Canada index for the first time in eight months.

The largest increase in dollar terms was in British Columbia (+2.2%). This was the highest rise since the 2.5% gain in September 1994. British Columbia leads sales growth in Canada. April's sales were 28.1% higher than the 1992 average, while sales in all of Canada were only 13.5% above the 1992 average.

FAITS SAILLANTS

Les consommateurs ont augmenté légèrement (+0.2%) leurs achats en avril après trois mois de baisses dans les ventes au détail. La hausse est supérieure (+0.4%) si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs. Cependant, les consommateurs de l'Ontario ont continué de restreindre leurs achats causant une troisième baisse mensuelle consécutive des ventes de la province.

Les ventes du commerce de détail ont augmenté de 0.2% à \$17.5 milliards après une diminution de 1.0% en mars. Peu de changement dans l'emploi, un ralentissement du marché de l'habitation et la faible confiance des consommateurs au cours des derniers mois ont peut-être incité les consommateurs à continuer de dépenser prudemment.

En 1995, les ventes au détail font contraste avec la croissance générale observée depuis le début de 1992 jusqu'à novembre 1994.

Les ventes en Ontario continuent de fléchir

Parmi les provinces et territoires, les ventes au détail en Ontario ont chuté de \$86 millions (en baisse de 1.3%), une troisième baisse mensuelle consécutive. Les analystes de l'industrie associent ce fléchissement récent à la faiblesse de la croissance de l'emploi, au haut niveau d'endettement des consommateurs et à la faible augmentation des revenus. Cette dernière baisse ramène la croissance des ventes de l'Ontario depuis 1992 en-dessous de l'indice du Canada pour la première fois depuis huit mois.

La hausse la plus significative, en termes de dollars, a été signalée en Colombie-Britannique (2.2%). Il s'agit de la hausse la plus forte depuis le gain de 2.5% en septembre 1994. La Colombie-Britannique domine la croissance des ventes au Canada. Les ventes d'avril sont de 28.1% supérieures à la moyenne de 1992. Dans l'ensemble du pays, les ventes ont été de 13.5% au-dessus de la moyenne de 1992.

Nationally, food sales led the gain in April

In April retail sales increased in four of the seven sectors, accounting for 48.5% of total sales. The food, drug and furniture sectors increased the most in dollar terms. Decreases were recorded in the automotive, clothing and general merchandise sectors.

Sales in food stores increased 1.8% in April, offsetting the 1.2% drop in March. This was partly attributable to the price increases for fresh vegetables due to crop damage in California. Food retailers' sales have been volatile since the start of the year.

Drug store sales advanced 1.2% after two consecutive monthly declines. Despite this increase, monthly sales for the latest six months have been below levels seen during the same period last year. April sales were 1.3% below the April 1994 level. Elements affecting the recent slowdown in this sector include changes in the legislation to prevent drug stores from selling tobacco products, declines in provincial subsidies on prescription drugs, and competition among food and drug retailers on various pharmaceutical products.

Weaker sales by the automotive, clothing and general merchandise sectors partly offset these increases. Sales in the clothing sector slipped again in April, down 2.3% after a 1.2% drop in March. Lower sales since January 1995 in men's and women's clothing stores were compensated by higher spending in other clothing stores, suggesting a movement by consumers toward unisex and family clothing stores.

Les ventes d'aliments dominent la hausse au pays

La hausse en avril s'est fait sentir dans quatre des sept secteurs, représentant 48.5% des ventes totales. Les secteurs des aliments, des pharmacies et du meuble ont rapporté les hausses les plus importantes en termes de dollars. Des diminutions ont été enregistrées dans les secteurs de l'automobile, du vêtement et des marchandises diverses.

Les ventes dans le secteur de l'alimentation ont augmenté de 1.8%, contrebalançant la baisse de 1.2% en mars. Cette hausse a été en partie attribuable à des augmentations de prix dans les légumes frais, lesquelles sont imputables aux dommages subis par les récoltes de la Californie. Les ventes des détaillants en alimentation ne sont pas constantes depuis le début de l'année.

Les ventes dans les pharmacies ont augmenté de 1.2% après deux baisses mensuelles consécutives. Malgré cette augmentation, les ventes mensuelles sont en-dessous des niveaux des années précédentes pour les six derniers mois. Les ventes d'avril sont de 1.3% inférieures au niveau d'avril 1994. Les changements dans la législation concernant l'interdiction de vente de produits du tabac dans les pharmacies, les baisses dans les subventions provinciales pour les médicaments sur ordonnances ainsi que la compétition avec les détaillants en alimentation pour la vente de produits pharmaceutiques sont des éléments qui affectent le ralentissement récent dans ce secteur.

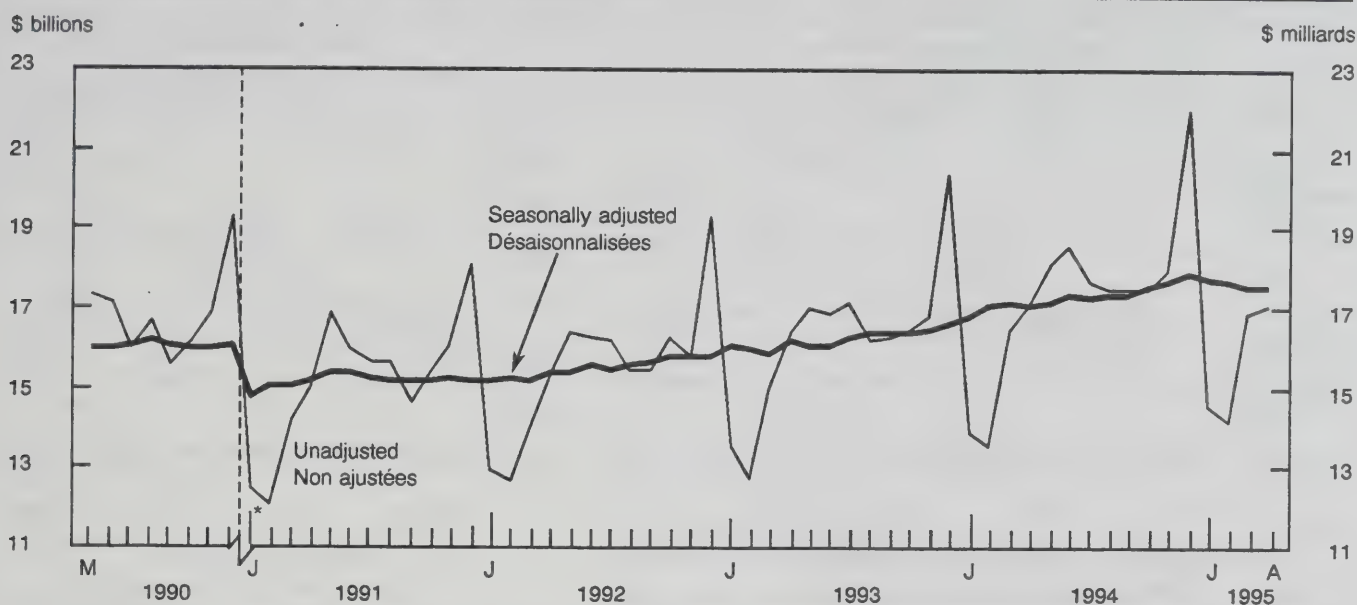
Des ventes plus faibles dans les secteurs de l'automobile, du vêtement et des marchandises diverses ont partiellement contrebalancé ces augmentations. Les ventes dans le secteur du vêtement ont diminué encore en avril, en baisse de 2.3% après la diminution de 1.2% de mars. Les diminutions dans les ventes depuis le début de l'année pour les magasins de vêtements pour hommes et pour dames ont été compensées par des dépenses supérieures dans les autres magasins de vêtements. Ceci suggère un mouvement des consommateurs vers les magasins de vêtements unisexes et pour la famille.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

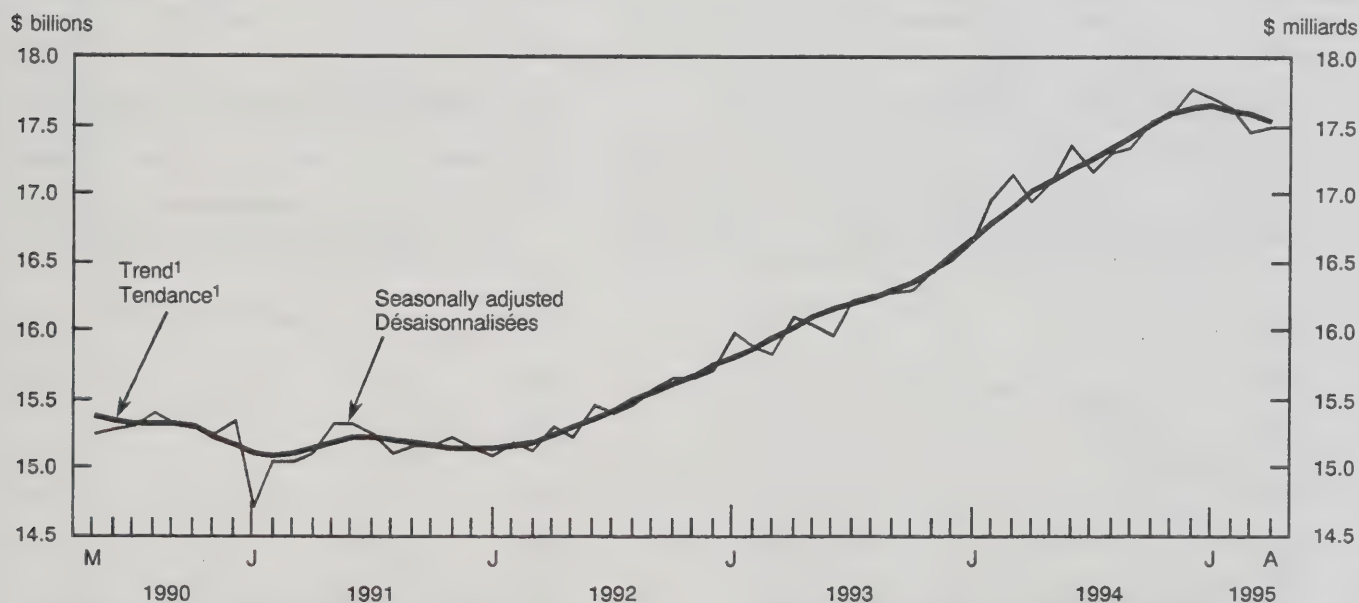
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

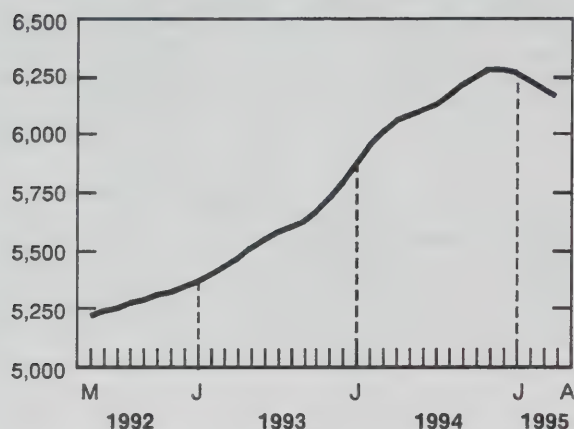
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

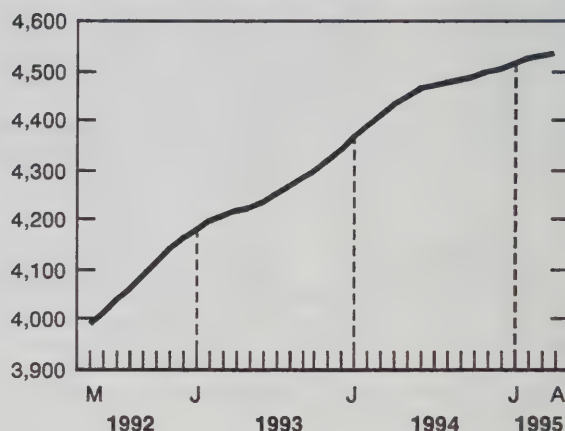
Retail Sales Trends¹ – Canada, By Major Group

Tendances¹ des ventes au détail – Canada, par groupe principal

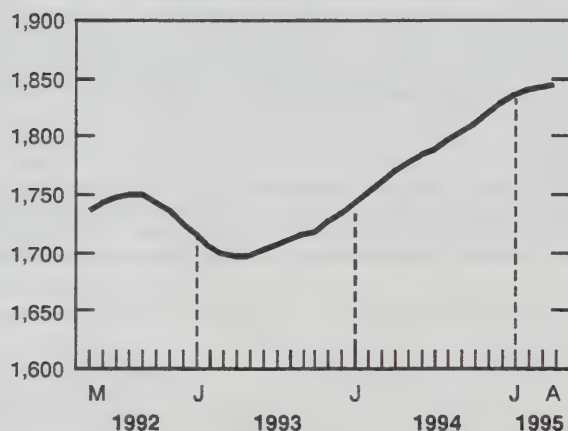
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



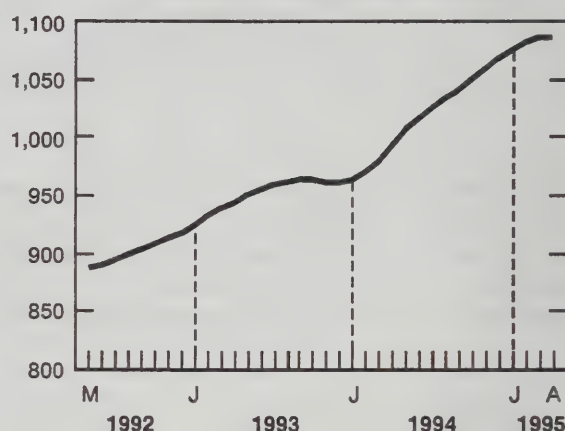
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



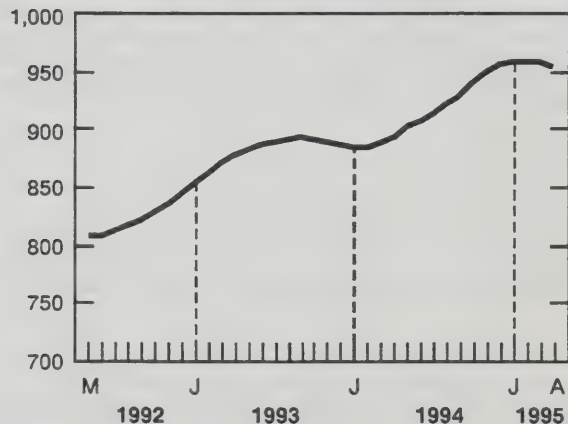
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



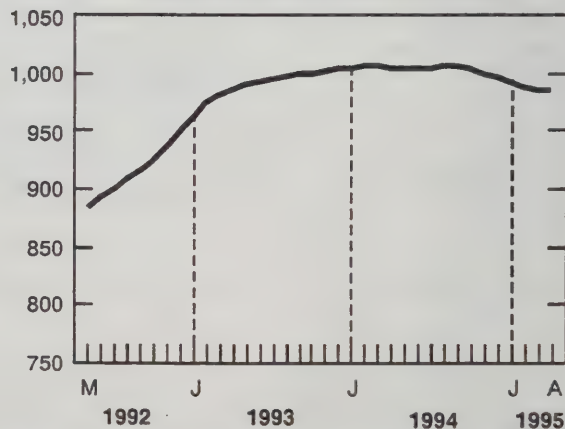
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		April 1995 Avril	March 1995 Mars
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,209.4	4,134.0	4,191.6	4,165.8	16,700.8	1.8	-1.4
2	All other food stores	360.0	355.4	350.3	355.1	1,420.8	1.3	1.5
3	Drugs and patent medicine stores	989.0	977.6	986.0	995.5	3,948.2	1.2	-0.9
4	Shoe stores	141.7	154.6	147.4	143.1	586.7	-8.3	4.9
5	Men's clothing stores	131.2	134.7	146.2	140.0	552.0	-2.6	-7.9
6	Women's clothing stores	335.2	348.1	351.1	356.8	1,391.2	-3.7	-0.8
7	Other clothing stores	447.6	442.9	449.1	438.7	1,778.3	1.1	-1.4
8	Household furniture and appliance stores	758.1	753.2	766.0	770.8	3,048.1	0.7	-1.7
9	Household furnishings stores	193.7	193.7	193.7	193.6	774.7	- -	- -
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,981.2	4,004.7	4,055.7	4,111.0	16,152.6	-0.6	-1.3
11	Gasoline service stations	1,206.7	1,187.3	1,182.3	1,137.0	4,713.3	1.6	0.4
12	Automotive parts, accessories and services	923.1	964.6	977.9	1,010.0	3,875.6	-4.3	-1.4
13	General merchandise stores	1,837.5	1,841.5	1,852.3	1,854.4	7,385.7	-0.2	-0.6
14	Other semi-durable goods stores	596.9	594.6	589.0	596.5	2,377.0	0.4	0.9
15	Other durable goods stores	482.8	482.4	476.1	489.4	1,930.6	0.1	1.3
16	Other retail stores	903.5	894.3	927.0	955.8	3,680.6	1.0	-3.5
17	Total, all stores	17,497.6	17,463.6	17,641.5	17,713.3	70,316.0	0.2	-1.0
Regions								
18	Newfoundland	301.2	288.5	288.3	285.4	1,163.4	4.4	0.1
19	Prince Edward Island	72.4	72.6	74.0	73.3	292.3	-0.3	-1.9
20	Nova Scotia	546.1	526.9	541.2	543.2	2,157.3	3.6	-2.6
21	New Brunswick	409.2	406.7	410.6	408.8	1,635.4	0.6	-0.9
22	Quebec	4,128.6	4,123.2	4,142.2	4,230.9	16,624.9	0.1	-0.5
23	Ontario	6,442.6	6,528.7	6,628.2	6,639.6	26,239.1	-1.3	-1.5
24	Manitoba	601.3	596.0	595.5	586.2	2,379.0	0.9	0.1
25	Saskatchewan	524.4	511.2	530.9	532.0	2,098.5	2.6	-3.7
26	Alberta	1,803.3	1,797.4	1,818.9	1,814.1	7,233.8	0.3	-1.2
27	British Columbia	2,608.5	2,553.5	2,553.1	2,541.6	10,256.7	2.2	- -
28	Yukon	18.0	17.9	17.8	17.5	71.1	0.6	0.2
29	Northwest Territories	42.0	41.1	40.7	40.6	164.5	2.2	1.1

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						
February 1995 Février	January 1995 Janvier	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to- date 1995 Cumulatif		N°
Per cent - pourcentage							Groupe de commerce - Canada	
0.6	-1.2	2.2	-0.1	2.1	1.7	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
-1.4	4.5	25.9	21.0	22.4	28.2	24.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.0	0.2	-1.3	-3.1	-2.1	-1.1	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.0	-4.0	-2.3	8.2	-1.8	-1.2	0.7	Magasins de chaussures	4
4.4	2.4	-12.6	-12.2	-0.1	-5.8	-7.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.6	-0.7	3.3	6.8	7.5	16.5	8.4	Magasins de vêtements pour dames	6
2.4	1.2	20.8	20.0	27.1	25.1	23.2	Autres magasins de vêtements	7
-0.6	-1.5	7.0	7.2	11.7	13.6	9.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.1	1.1	4.4	1.8	2.3	3.2	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-1.3	-0.7	4.0	3.1	5.5	11.0	5.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.0	-4.0	3.1	0.6	-0.7	-4.2	-0.3	Stations-service	11
-3.2	-0.8	-6.4	-1.3	0.9	2.3	-1.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.1	1.0	4.4	0.3	2.2	8.5	3.8	Magasins de marchandises diverses	13
-1.3	-0.3	0.7	1.6	1.5	3.2	1.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.7	4.5	3.3	2.5	3.1	8.7	4.4	Autres magasins de produits durables	15
-3.0	3.9	5.5	2.5	7.9	13.9	7.4	Autres magasins de vente au détail	16
-0.4	-0.3	3.2	1.9	4.0	6.4	3.9	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
1.0	-0.2	6.6	1.7	3.1	1.6	3.2	Terre-Neuve	18
1.0	0.4	1.2	-1.0	2.8	0.1	0.8	Île-du-Prince-Édouard	19
-0.4	-0.4	2.5	-4.8	0.3	0.6	-0.4	Nouvelle-Écosse	20
0.4	-2.6	1.6	-1.5	-4.9	-1.8	-1.7	Nouveau-Brunswick	21
-2.1	-0.7	0.1	-1.8	-1.4	2.1	-0.3	Québec	22
-0.2	0.5	3.7	4.3	7.2	10.4	6.4	Ontario	23
1.6	-1.5	5.0	1.8	1.7	3.3	2.9	Manitoba	24
-0.2	-0.1	0.7	-0.2	4.4	6.6	2.8	Saskatchewan	25
0.3	-2.1	-1.4	-3.3	1.5	2.9	-0.1	Alberta	26
0.5	0.5	11.1	9.3	9.9	10.7	10.3	Colombie-Britannique	27
1.9	-4.2	1.0	0.7	0.2	-0.5	0.4	Yukon	28
0.1	0.7	9.5	7.3	6.7	7.1	7.7	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	4,124.0	4,144.2	3,728.4	3,845.0	15,841.6
2	All other food stores	362.5	335.3	291.5	291.2	1,280.6
3	Drugs and patent medicine stores	938.1	976.9	890.7	947.3	3,753.0
4	Shoe stores	144.0	123.3	88.0	107.2	462.5
5	Men's clothing stores	122.3	103.5	87.2	105.2	418.2
6	Women's clothing stores	319.5	295.8	223.4	249.8	1,088.4
7	Other clothing stores	393.9	368.6	281.5	304.4	1,348.5
8	Household furniture and appliance stores	679.0	685.2	584.8	645.8	2,594.8
9	Household furnishings stores	173.1	177.9	148.4	148.0	647.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,291.7	4,358.2	3,272.0	3,192.1	15,114.0
11	Gasoline service stations	1,108.5	1,141.0	1,037.6	1,057.8	4,344.8
12	Automotive parts, accessories and services	903.1	893.0	744.6	836.6	3,377.4
13	General merchandise stores	1,689.3	1,593.9	1,279.8	1,309.5	5,872.4
14	Other semi-durable goods stores	540.4	471.5	416.4	425.0	1,853.2
15	Other durable goods stores	426.3	386.1	336.9	369.4	1,518.7
16	Other retail stores	820.3	782.2	691.9	695.5	2,989.9
17	Total, all stores	17,036.0	16,836.7	14,102.9	14,529.8	62,505.3
Regions						
18	Newfoundland	287.7	271.7	220.5	222.2	1,002.0
19	Prince Edward Island	66.9	64.3	55.7	57.9	244.7
20	Nova Scotia	524.5	504.5	420.1	438.8	1,887.9
21	New Brunswick	395.5	383.5	322.3	325.6	1,426.9
22	Quebec	4,199.7	4,014.7	3,237.2	3,389.8	14,841.3
23	Ontario	6,162.7	6,249.0	5,341.0	5,481.4	23,234.1
24	Manitoba	593.2	571.2	480.5	485.1	2,130.0
25	Saskatchewan	510.5	493.7	428.6	447.8	1,880.6
26	Alberta	1,767.8	1,735.7	1,451.1	1,505.4	6,460.0
27	British Columbia	2,469.9	2,492.1	2,099.4	2,129.5	9,190.9
28	Yukon	16.4	16.3	13.5	13.1	59.4
29	Northwest Territories	41.2	40.1	33.1	33.2	147.5

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
-0.7	1.5	2.3	-1.5	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
29.6	20.3	21.7	26.0	24.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-3.7	-2.2	-1.6	-0.9	-2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-4.7	7.4	0.7	-3.8	-0.5	Magasins de chaussures 4
-14.9	-11.7	1.3	-8.0	-9.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
0.8	5.5	7.7	14.2	6.3	Magasins de vêtements pour dames 6
18.0	18.8	26.7	22.7	21.0	Autres magasins de vêtements 7
3.6	6.1	11.6	13.8	8.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-0.7	3.1	2.5	4.3	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-2.1	3.8	6.5	15.3	4.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.3	1.5	-0.4	-4.0	-0.2	Stations-service 11
-9.9	-0.8	1.7	4.3	-1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
3.4	0.7	2.9	7.0	3.3	Magasins de marchandises diverses 13
0.9	-0.2	0.5	2.3	0.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
2.6	4.3	3.1	7.7	4.4	Autres magasins de produits durables 15
3.5	2.6	9.2	12.2	6.5	Autres magasins de vente au détail 16
-	2.6	4.2	5.6	2.9	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
3.2	2.3	2.4	0.2	2.1	Terre-Neuve 18
-1.8	-0.3	3.6	-0.2	0.2	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.5	-2.5	0.4	-0.9	-1.2	Nouvelle-Écosse 20
-1.6	-1.4	-4.5	-2.5	-2.4	Nouveau-Brunswick 21
-3.6	-0.8	-1.7	1.4	-1.3	Québec 22
0.4	4.9	8.0	9.5	5.4	Ontario 23
3.8	1.7	1.5	2.1	2.3	Manitoba 24
-2.8	0.1	5.7	5.3	1.7	Saskatchewan 25
-3.8	-3.1	1.7	2.7	-0.9	Alberta 26
8.9	9.9	9.7	9.3	9.4	Colombie-Britannique 27
-2.7	4.5	0.5	-3.6	-0.3	Yukon 28
9.8	8.2	6.1	2.6	6.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	11,717.6	12,778.9	12,759.4	12,605.3	11,629.4
2	All other food stores	918.1	1,036.8	1,018.2	917.7	749.4
3	Drugs and patent medicine stores	2,814.9	3,252.5	2,971.0	2,952.5	2,860.1
4	Shoe stores	318.5	545.1	454.7	456.3	313.6
5	Men's clothing stores	295.9	598.0	357.5	428.9	317.5
6	Women's clothing stores	769.0	1,329.7	1,007.8	990.2	706.5
7	Other clothing stores	954.5	1,653.2	1,244.4	1,061.8	780.5
8	Household furniture and appliance stores	1,915.8	2,722.7	2,192.6	2,019.9	1,737.3
9	Household furnishings stores	474.2	654.0	610.7	563.2	459.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10,822.3	11,195.3	11,833.4	14,020.9	10,040.1
11	Gasoline service stations	3,236.3	3,576.0	3,824.3	3,533.4	3,268.8
12	Automotive parts, accessories and services	2,474.3	3,259.5	2,991.1	3,179.9	2,434.9
13	General merchandise stores	4,183.1	7,344.0	5,098.2	5,039.3	4,049.1
14	Other semi-durable goods stores	1,312.8	2,194.5	1,834.7	1,840.5	1,301.6
15	Other durable goods stores	1,092.4	1,820.3	1,403.1	1,350.9	1,039.8
16	Other retail stores	2,169.6	3,206.9	2,838.7	2,589.8	2,015.6
17	Total, all stores	45,469.4	57,167.5	52,439.8	53,550.7	43,703.5
	Newfoundland					
1	Supermarkets and grocery stores	252.8	269.9	289.5	269.8	240.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.2	75.8	64.9	65.6	63.8
4	Shoe stores	3.3	7.3	5.7	5.2	3.7
5	Men's clothing stores	2.5	7.7	3.5	3.9	2.4
6	Women's clothing stores	8.2	21.2	13.4	12.3	8.2
7	Other clothing stores	7.2	17.3	9.9	8.1	6.3
8	Household furniture and appliance stores	17.3	37.7	24.3	20.9	17.0
9	Household furnishings stores	2.9	5.0	4.0	3.6	2.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	119.2	119.4	158.3	192.8	125.6
11	Gasoline service stations	76.9	85.8	79.5	72.0	67.1
12	Automotive parts, accessories and services	34.0	44.7	42.4	46.0	33.3
13	General merchandise stores	73.2	167.4	114.0	103.8	83.1
14	Other semi-durable goods stores	20.0	39.7	31.8	29.2	18.3
15	Other durable goods stores	7.2	19.4	11.8	11.8	10.0
16	Other retail stores	15.7	32.1	22.1	19.1	17.2
17	Total, all stores	714.3	956.9	880.3	869.0	702.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Canada	
0.8	3.6	4.2	5.0	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.5	18.7	16.2	2.2	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.6	-0.5	1.0	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.6	8.9	10.3	9.0	11.0	Magasins de chaussures	4
-6.8	-8.6	-5.0	2.2	9.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.8	11.7	4.1	2.3	2.0	Magasins de vêtements pour dames	6
22.3	18.2	12.5	7.9	0.7	Autres magasins de vêtements	7
10.3	8.0	1.7	2.9	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.3	1.4	3.5	0.6	1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.8	13.3	10.8	15.6	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.0	0.3	-0.2	-0.5	-0.8	Stations-service	11
1.6	9.0	8.1	10.0	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.3	5.7	4.3	4.1	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
0.9	7.8	10.2	6.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.1	6.3	8.9	7.8	9.1	Autres magasins de produits durables	15
7.6	11.7	8.3	3.8	3.5	Autres magasins de vente au détail	16
4.0	7.1	6.1	7.1	6.6	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
5.2	-1.8	6.1	4.1	-2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.8	5.4	4.8	5.7	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-10.2	1.1	3.6	4.2	9.2	Magasins de chaussures	4
3.9	-4.7	-2.8	8.4	15.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.1	4.2	-2.1	0.3	1.3	Magasins de vêtements pour dames	6
14.3	-44.3	-47.0	-53.0	-44.8	Autres magasins de vêtements	7
2.3	9.7	-0.3	1.7	1.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
8.8	-3.1	2.8	-2.6	-9.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-5.2	5.7	5.8	12.7	15.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
14.6	9.5	-10.9	-8.7	-10.3	Stations-service	11
2.2	-9.2	8.1	15.7	15.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-11.8	6.7	7.8	5.5	9.4	Magasins de marchandises diverses	13
9.4	26.1	12.6	8.8	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-27.6	3.3	4.7	9.5	25.8	Autres magasins de produits durables	15
-8.4	0.4	-2.1	-11.5	-	Autres magasins de vente au détail	16
1.7	2.1	2.5	3.3	1.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	50.9	55.2	56.7	50.7	46.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	15.7	16.9	16.7	16.1	15.4
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	2.1	5.6	6.8	3.6	2.2
8	Household furniture and appliance stores	5.0	7.6	6.7	6.1	5.1
9	Household furnishings stores	1.1	1.9	2.4	2.2	1.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	34.4	40.9	40.7	53.1	34.5
11	Gasoline service stations	21.1	23.1	28.6	23.6	22.3
12	Automotive parts, accessories and services	9.9	14.3	13.8	14.3	10.4
13	General merchandise stores	15.1	32.0	24.0	21.6	16.4
14	Other semi-durable goods stores	7.0	11.1	11.5	8.8	5.9
15	Other durable goods stores	1.9	4.0	2.9	2.4	2.0
16	Other retail stores	8.5	12.5	15.3	11.3	8.6
17	Total, all stores	177.8	235.0	235.1	221.3	176.2
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	419.5	458.5	473.4	439.0	386.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.7	127.6	111.8	108.2	111.7
4	Shoe stores	6.2	11.2	9.5	8.9	6.7
5	Men's clothing stores	5.7	12.9	6.3	6.9	5.4
6	Women's clothing stores	18.5	39.6	27.7	26.4	19.1
7	Other clothing stores	20.9	44.9	28.2	22.1	17.8
8	Household furniture and appliance stores	32.7	53.0	41.7	38.3	36.6
9	Household furnishings stores	9.6	16.8	14.8	13.1	9.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	298.7	298.7	336.2	415.3	313.0
11	Gasoline service stations	102.5	124.4	140.1	139.4	140.9
12	Automotive parts, accessories and services	60.0	85.3	76.2	86.5	58.1
13	General merchandise stores	125.1	266.3	171.3	162.1	127.3
14	Other semi-durable goods stores	37.9	70.2	52.4	48.1	37.3
15	Other durable goods stores	20.0	40.8	26.2	24.0	19.1
16	Other retail stores	71.8	109.0	105.7	93.7	74.6
17	Total, all stores	1,363.4	1,785.9	1,646.7	1,652.7	1,378.3

TABLERAU 3. Ventas au détail, non-désaisonnalisées, selon le grupo de comercio y la región (estimaciones trimestriales)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
9.3	7.3	-1.3	-1.6	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.9	-4.9	-0.5	-3.0	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.5	7.2	30.2	28.3	14.9	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	-5.9	7.8	10.6	23.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-38.0	-20.9	16.6	2.9	27.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-0.1	13.9	-0.9	12.3	8.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	12.1	Stations-service	11
-4.5	0.4	-1.3	4.3	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-8.1	-1.4	6.5	3.9	11.2	Magasins de marchandises diverses	13
18.4	6.2	-10.5	-7.0	12.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.4	-6.7	-10.5	10.3	-1.8	Autres magasins de produits durables	15
-1.4	1.7	7.8	0.4	-8.9	Autres magasins de vente au détail	16
0.9	2.5	-0.4	3.1	6.2	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
8.5	5.1	3.7	-0.3	-4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.0	0.6	3.2	-0.1	6.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-7.4	-0.3	7.6	10.5	31.0	Magasins de chaussures	4
6.4	-14.8	-9.6	-11.1	4.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
17.2	26.7	21.4	11.2	4.1	Autres magasins de vêtements	7
-10.9	-	2.7	2.4	7.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
7.1	31.6	21.7	22.6	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.6	7.4	-1.8	1.9	24.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-27.2	-28.5	-22.5	-13.1	2.4	Stations-service	11
3.3	3.4	0.9	9.6	12.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.7	1.0	-0.3	-1.2	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
1.6	9.9	4.6	0.6	11.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.0	0.7	-0.2	-2.3	-3.2	Autres magasins de produits durables	15
-3.8	0.9	-0.4	-0.3	5.0	Autres magasins de vente au détail	16
-1.1	1.5	-0.6	-0.2	6.0	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	282.4	308.0	319.6	313.5	310.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	101.6	113.6	96.5	94.3	88.1
4	Shoe stores	5.8	10.8	8.3	8.1	5.2
5	Men's clothing stores	4.8	12.5	7.3	8.3	5.5
6	Women's clothing stores	15.7	32.7	23.1	21.8	15.2
7	Other clothing stores	11.9	26.0	18.7	15.5	12.8
8	Household furniture and appliance stores	31.5	51.7	37.2	34.0	30.8
9	Household furnishings stores	8.8	13.2	11.2	10.4	7.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	223.5	232.3	241.9	323.9	242.6
11	Gasoline service stations	94.4	116.1	123.4	109.3	95.8
12	Automotive parts, accessories and services	65.1	90.6	84.3	82.1	56.7
13	General merchandise stores	97.6	203.8	138.7	139.9	106.6
14	Other semi-durable goods stores	23.6	40.9	30.6	30.9	19.7
15	Other durable goods stores	15.1	33.5	22.3	20.0	14.1
16	Other retail stores	44.0	68.0	64.1	53.9	42.2
17	Total, all stores	1,031.5	1,361.0	1,235.1	1,275.8	1,060.2
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,165.3	3,550.6	3,597.8	3,610.5	3,301.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	663.8	741.8	733.3	745.4	694.5
4	Shoe stores	95.3	186.5	150.7	156.3	95.9
5	Men's clothing stores	66.7	144.8	94.6	116.0	74.0
6	Women's clothing stores	211.0	336.1	281.2	280.9	196.8
7	Other clothing stores	264.4	428.2	339.9	318.8	222.0
8	Household furniture and appliance stores	460.3	627.9	561.8	526.2	375.1
9	Household furnishings stores	106.2	145.8	142.7	138.6	89.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,258.9	2,331.2	2,783.6	3,610.6	2,373.4
11	Gasoline service stations	668.4	735.7	755.1	706.6	709.6
12	Automotive parts, accessories and services	608.3	827.2	731.5	815.2	582.3
13	General merchandise stores	860.8	1,456.9	1,092.1	1,101.0	851.3
14	Other semi-durable goods stores	329.5	489.9	465.5	466.9	292.2
15	Other durable goods stores	219.7	352.5	273.5	274.7	206.5
16	Other retail stores	352.5	543.0	429.9	455.2	329.4
17	Total, all stores	10,641.6	13,251.7	12,768.3	13,661.4	10,682.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
15.2	24.5	21.9	19.4	19.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
12.1	17.3	19.9	22.8	23.2	Magasins de chaussures	4
-12.3	-19.7	-4.9	9.0	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.2	0.2	0.6	-3.0	1.5	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	-11.6	Autres magasins de vêtements	7
2.5	7.8	8.7	2.2	-2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
15.5	18.9	13.2	6.5	5.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	10.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.5	8.0	- -	7.3	9.8	Stations-service	11
14.8	18.5	20.7	15.6	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-8.5	3.9	3.4	9.0	13.5	Magasins de marchandises diverses	13
19.6	2.1	-13.6	-10.3	-11.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.2	20.7	30.2	17.0	8.5	Autres magasins de produits durables	15
4.2	2.5	-7.0	-13.0	-7.2	Autres magasins de vente au détail	16
-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	4.5	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-4.1	2.4	5.9	8.0	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-4.4	-7.3	-1.9	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.7	6.4	8.1	4.3	7.7	Magasins de chaussures	4
-9.9	-1.9	2.9	2.2	5.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
7.2	15.0	10.0	7.6	14.1	Magasins de vêtements pour dames	6
19.1	17.7	6.8	3.1	1.3	Autres magasins de vêtements	7
22.7	8.0	-1.7	-2.4	-7.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
18.1	4.0	1.9	-7.4	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.8	2.1	1.7	14.3	20.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.8	2.1	4.1	0.1	8.4	Stations-service	11
4.5	6.5	5.5	3.9	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.1	7.0	9.7	8.7	11.8	Magasins de marchandises diverses	13
12.8	16.9	14.8	15.7	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.4	17.6	11.3	11.8	11.1	Autres magasins de produits durables	15
7.0	11.0	6.9	7.0	5.4	Autres magasins de vente au détail	16
-0.4	4.9	4.9	7.8	8.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	3,804.6	4,043.4	3,972.9	3,977.4	3,679.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,077.1	1,247.3	1,130.4	1,115.4	1,072.4
4	Shoe stores	118.8	196.6	164.0	172.2	121.0
5	Men's clothing stores	122.7	242.9	141.9	178.1	132.7
6	Women's clothing stores	289.2	519.7	375.7	380.1	260.0
7	Other clothing stores	357.7	624.5	462.6	378.4	270.4
8	Household furniture and appliance stores	724.5	1,015.2	815.2	725.5	659.5
9	Household furnishings stores	183.2	264.5	246.3	221.0	184.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,381.5	4,684.8	4,503.9	5,321.9	3,874.9
11	Gasoline service stations	1,213.1	1,303.0	1,356.0	1,304.6	1,217.5
12	Automotive parts, accessories and services	980.0	1,265.1	1,142.8	1,216.8	965.8
13	General merchandise stores	1,550.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6	1,451.3
14	Other semi-durable goods stores	478.2	835.8	648.1	648.4	480.1
15	Other durable goods stores	433.0	730.9	541.3	527.6	394.0
16	Other retail stores	969.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1	875.1
17	Total, all stores	17,071.4	21,601.2	19,066.4	19,466.3	15,910.3
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	435.6	480.0	478.5	474.9	459.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	65.4	72.9	63.6	63.7	61.8
4	Shoe stores	8.2	13.8	9.8	10.5	8.0
5	Men's clothing stores	8.3	17.5	10.0	12.7	9.6
6	Women's clothing stores	20.8	37.7	29.4	32.0	23.1
7	Other clothing stores	29.5	55.5	38.8	34.5	26.9
8	Household furniture and appliance stores	53.3	82.6	58.6	55.7	50.1
9	Household furnishings stores	12.1	14.7	13.2	13.3	9.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	333.8	352.7	342.0	403.7	310.4
11	Gasoline service stations	151.9	164.3	170.3	146.9	136.9
12	Automotive parts, accessories and services	65.5	86.7	85.5	95.2	71.9
13	General merchandise stores	188.1	322.8	224.1	223.1	186.7
14	Other semi-durable goods stores	37.3	61.8	45.8	51.5	36.3
15	Other durable goods stores	42.3	71.4	50.3	46.6	33.5
16	Other retail stores	63.5	96.1	76.9	73.0	63.1
17	Total, all stores	1,536.8	1,955.5	1,721.4	1,761.5	1,510.4

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage					Ontario	
3.4	4.6	2.9	2.5	3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.4	2.2	0.6	-1.7	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-1.9	4.4	7.6	11.2	12.9	Magasins de chaussures	4
-7.5	-12.3	-8.5	2.4	12.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.2	11.5	3.6	3.3	-1.9	Magasins de vêtements pour dames	6
32.3	21.1	16.2	11.5	2.0	Autres magasins de vêtements	7
9.9	4.4	1.1	0.6	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-0.6	8.2	13.5	15.7	4.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.1	16.4	11.8	15.2	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.4	-0.8	-2.7	-2.2	-4.7	Stations-service	11
1.5	11.0	10.3	13.0	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.8	7.7	2.3	2.9	4.0	Magasins de marchandises diverses	13
-0.4	2.6	9.5	4.7	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
9.9	7.1	7.5	3.4	3.3	Autres magasins de produits durables	15
10.7	13.6	11.3	3.1	2.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.3	8.6	6.4	6.3	5.0	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
-5.3	0.5	-	-0.3	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.9	2.3	-1.9	-4.2	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.1	11.1	-1.1	3.4	4.9	Magasins de chaussures	4
-13.5	-18.8	-16.2	-5.2	4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.9	-8.5	-9.6	-3.9	-3.7	Magasins de vêtements pour dames	6
9.7	13.8	14.0	6.0	-3.3	Autres magasins de vêtements	7
6.3	6.8	-5.7	6.8	2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
22.0	0.3	2.3	20.2	21.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.5	9.7	3.2	12.7	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.0	11.4	13.9	4.1	1.7	Stations-service	11
-9.0	-8.9	-5.4	3.3	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.8	6.8	3.8	3.4	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
2.6	5.2	-1.2	-7.6	6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
26.5	26.3	12.9	2.1	0.4	Autres magasins de produits durables	15
0.7	8.1	8.5	3.8	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.7	5.1	2.7	3.9	5.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Saskatchewan					
1	Supermarkets and grocery stores	355.3	373.7	388.4	383.8	345.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	84.3	108.3	105.2	109.7	106.4
4	Shoe stores	7.4	12.1	9.7	9.6	6.8
5	Men's clothing stores	6.3	14.3	8.2	11.0	8.6
6	Women's clothing stores	17.5	30.3	23.2	23.9	17.6
7	Other clothing stores	24.1	46.1	31.1	26.6	21.4
8	Household furniture and appliance stores	48.9	66.8	48.7	44.7	40.8
9	Household furnishings stores	14.4	20.1	16.0	15.1	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	315.4	371.5	327.6	362.7	286.4
11	Gasoline service stations	121.7	132.8	146.5	131.6	112.9
12	Automotive parts, accessories and services	92.1	131.5	126.9	131.7	90.7
13	General merchandise stores	159.3	258.1	181.9	183.3	148.3
14	Other semi-durable goods stores	34.9	60.1	45.9	52.7	38.6
15	Other durable goods stores	27.3	48.7	38.4	41.1	29.6
16	Other retail stores	51.5	77.3	69.2	63.9	48.1
17	Total, all stores	1,370.1	1,763.4	1,576.9	1,602.2	1,324.2
	Alberta					
1	Supermarkets and grocery stores	1,258.2	1,378.9	1,369.5	1,348.9	1,274.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.9	302.0	262.0	266.3	278.3
4	Shoe stores	29.4	44.9	39.3	32.5	23.8
5	Men's clothing stores	30.7	55.9	31.1	40.5	37.7
6	Women's clothing stores	77.6	137.9	96.3	89.4	69.1
7	Other clothing stores	102.2	185.7	140.4	115.9	88.2
8	Household furniture and appliance stores	234.0	330.0	254.6	252.5	229.9
9	Household furnishings stores	47.0	60.9	59.4	55.6	52.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,104.2	1,108.0	1,224.2	1,510.8	1,065.1
11	Gasoline service stations	325.8	387.7	448.9	403.2	336.6
12	Automotive parts, accessories and services	273.8	392.8	365.9	379.8	281.8
13	General merchandise stores	445.5	758.1	527.4	517.4	428.7
14	Other semi-durable goods stores	125.1	220.3	197.1	199.0	153.5
15	Other durable goods stores	119.8	209.8	174.3	150.1	113.1
16	Other retail stores	233.7	357.5	295.6	274.3	219.3
17	Total, all stores	4,692.2	5,977.8	5,520.7	5,671.9	4,684.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Par cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
2.7	1.4	4.6	8.0	4.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-20.8	4.5	17.3	22.5	18.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.7	27.0	16.3	11.9	6.0	Magasins de chaussures	4
-27.4	-10.4	-3.9	17.4	14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.6	3.2	0.9	-13.1	-22.1	Magasins de vêtements pour dames	6
12.8	23.8	12.4	-0.3	-10.5	Autres magasins de vêtements	7
19.9	21.3	24.4	28.7	14.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.3	19.3	2.9	0.3	4.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	21.7	12.0	13.2	14.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.8	7.1	9.6	9.4	4.8	Stations-service	11
1.5	41.0	34.4	35.5	28.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.5	5.4	3.7	5.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
-9.7	-4.2	-1.6	2.8	0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-7.9	-14.2	-8.1	4.4	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
7.0	-7.6	4.5	-0.7	-4.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.5	9.0	9.1	10.8	7.6	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
-1.2	1.6	4.1	6.0	8.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-9.1	-8.7	-6.6	-0.3	5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
23.5	35.4	26.5	12.7	9.6	Magasins de chaussures	4
-18.7	-24.7	-29.3	-10.0	11.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.3	18.9	-10.4	-11.5	-6.2	Magasins de vêtements pour dames	6
15.8	20.0	16.7	12.8	-0.2	Autres magasins de vêtements	7
1.8	2.7	-4.7	-0.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-10.6	-11.1	-1.7	-2.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.7	10.6	22.4	30.5	20.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-3.2	1.4	4.5	6.1	-0.2	Stations-service	11
-2.8	18.0	14.9	19.5	12.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.9	2.7	-0.2	-4.2	-2.9	Magasins de marchandises diverses	13
-18.5	-4.1	4.8	-6.8	5.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.9	6.9	9.8	0.1	-0.1	Autres magasins de produits durables	15
6.5	24.1	9.1	6.3	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
0.2	5.4	6.9	9.4	8.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	British Columbia					
1	Supermarkets and grocery stores	1,652.5	1,815.6	1,768.3	1,692.3	1,546.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	369.4	439.4	379.4	360.9	361.5
4	Shoe stores	42.9	59.5	56.1	51.3	41.3
5	Men's clothing stores	46.9	86.4	52.5	49.8	40.5
6	Women's clothing stores	107.5	169.0	133.0	119.1	94.4
7	Other clothing stores	132.0	214.9	163.7	134.9	110.2
8	Household furniture and appliance stores	304.4	444.9	339.9	312.1	288.9
9	Household furnishings stores	87.8	109.7	99.5	89.1	87.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,735.5	1,638.9	1,856.9	1,805.5	1,398.5
11	Gasoline service stations	450.3	492.5	561.4	484.4	419.1
12	Automotive parts, accessories and services	280.1	315.8	315.9	307.2	279.2
13	General merchandise stores	624.3	1,024.5	743.2	730.9	605.8
14	Other semi-durable goods stores	214.8	356.5	298.6	298.8	215.5
15	Other durable goods stores	202.7	303.4	255.6	246.4	214.7
16	Other retail stores	351.8	479.0	446.5	395.2	330.5
17	Total, all stores	6,721.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7	6,131.2
	Yukon and Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	40.5	45.0	44.9	44.5	38.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	0.9	1.4	1.1	1.2	0.8
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.0	5.1	4.0	3.8	3.6
9	Household furnishings stores	1.1	1.5	1.4	1.3	1.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	17.2	16.8	18.0	20.5	15.6
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	44.0	57.6	48.4	51.6	43.7
14	Other semi-durable goods stores	4.5	8.1	7.4	6.1	4.2
15	Other durable goods stores	3.3	5.7	6.6	6.2	3.3
16	Other retail stores	7.6	10.7	10.6	9.0	7.6
17	Total, all stores	149.3	183.3	177.6	174.9	143.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
6.9	10.9	8.9	10.1	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	2.5	5.0	5.6	11.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.9	14.1	16.6	14.0	12.1	Magasins de chaussures	4
15.7	12.5	16.7	13.8	11.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
13.9	15.5	12.9	7.6	5.3	Magasins de vêtements pour dames	6
19.8	22.4	19.3	17.2	5.7	Autres magasins de vêtements	7
5.3	21.3	13.1	19.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.7	-13.8	-13.3	-17.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
24.1	30.3	28.2	18.8	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.5	1.5	-0.2	-2.2	-7.5	Stations-service	11
0.3	-3.1	-4.2	-2.5	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.1	2.3	6.2	6.1	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
-0.3	19.5	18.1	12.5	19.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.6	-6.5	10.3	21.3	31.7	Autres magasins de produits durables	15
6.4	8.6	6.7	6.8	5.3	Autres magasins de vente au détail	16
9.6	11.4	11.8	10.0	7.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
6.7	6.9	5.3	10.6	11.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.1	12.0	-2.3	13.4	-0.7	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
10.8	21.7	6.6	21.3	47.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.3	-4.9	0.1	-9.9	-8.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	4.9	-	13.7	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.5	6.7	6.4	10.7	19.8	Magasins de marchandises diverses	13
7.1	32.3	14.9	14.3	16.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.8	22.7	45.7	40.2	17.4	Autres magasins de produits durables	15
0.8	-4.6	-1.3	-13.1	0.8	Autres magasins de vente au détail	16
4.2	8.6	8.1	10.5	14.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	11.9	13.1	14.5	14.0	12.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.3	6.5	6.4	8.7	5.3
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	1.6	3.5	4.2	3.1	1.9
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	42.9	54.3	59.2	55.5	42.6
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	28.6	32.0	30.4	30.5	25.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.4	1.7	1.9	2.1	1.8
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.8	10.2	11.6	11.8	10.3
11	Gasoline service stations	4.0	4.1	4.9	4.3	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	2.8	4.7	3.1	3.1	2.3
15	Other durable goods stores	1.8	2.7	2.6	2.4	1.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	106.4	129.0	118.4	119.3	100.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	-5.3	Yukon	
..	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.8	-5.1	-2.1	7.5	-7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-13.9	44.4	23.1	37.7	52.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
0.6	4.8	2.3	2.6	4.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
11.8	12.6	13.9	22.8	21.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-24.1	-34.5	-25.4	-3.0	-3.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.1	12.4	1.1	18.8	28.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.8	36.4	92.8	54.7	55.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
24.8	24.6	5.3	-2.2	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.2	-2.6	11.4	-2.0	4.9	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.7	10.3	11.3	14.7	18.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada				
1 Supermarkets and grocery stores	93.4	94.9	96.3	97.1
2 All other food stores	86.2	89.3	89.7	93.1
3 Drugs and patent medicine stores	88.8	95.6	95.3	94.6
4 Shoe stores	86.4	97.0	95.8	98.1
5 Men's clothing stores	91.7	95.0	95.5	96.7
6 Women's clothing stores	85.9	92.5	91.6	93.9
7 Other clothing stores	89.4	92.0	95.9	91.9
8 Household furniture and appliance stores	93.8	95.0	95.8	96.1
9 Household furnishings stores	91.3	93.4	93.0	96.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.5	96.8	97.3	98.1
11 Gasoline service stations	93.7	94.7	94.5	95.0
12 Automotive parts, accessories and services	90.6	92.1	91.7	92.7
13 General merchandise stores	99.3	99.5	99.6	99.6
14 Other semi-durable goods stores	89.5	93.4	93.9	97.0
15 Other durable goods stores	93.3	94.6	95.1	96.5
16 Other retail stores	96.5	97.7	96.5	97.5
17 Total, all stores	93.7	95.6	96.0	96.7
Regions				
18 Newfoundland	95.3	97.5	98.0	96.9
19 Prince Edward Island	94.6	96.3	96.1	97.1
20 Nova Scotia	94.2	95.8	95.6	97.2
21 New Brunswick	94.6	96.7	96.8	97.3
22 Quebec	94.1	96.5	96.3	97.5
23 Ontario	91.5	94.3	94.7	95.4
24 Manitoba	94.3	97.4	97.0	96.9
25 Saskatchewan	96.6	97.5	97.6	97.1
26 Alberta	93.4	95.7	96.3	96.8
27 British Columbia	97.9	96.2	98.0	98.2
28 Yukon	90.3	93.0	93.9	95.8
29 Northwest Territories	89.6	91.2	91.3	93.4

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.4	2.4	2.7	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
6.8	6.9	8.0	6.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.0	2.1	2.4	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.0	4.4	4.3	4.3	Magasins de chaussures 4
4.2	4.5	4.8	5.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.5	4.3	3.9	4.2	Magasins de vêtements pour dames 6
6.6	6.8	7.0	7.4	Autres magasins de vêtements 7
4.0	4.6	5.0	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.0	5.5	4.9	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.6	4.1	4.6	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.9	4.4	4.2	4.0	Stations-service 11
2.9	3.0	3.2	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.7	1.2	1.3	Magasins de marchandises diverses 13
3.8	3.9	3.9	4.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.6	4.0	4.2	5.3	Autres magasins de produits durables 15
2.2	2.5	4.1	4.2	Autres magasins de vente au détail 16
1.4	1.3	1.4	1.4	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.2	2.4	2.4	3.1	Terre-Neuve 18
2.2	2.1	2.1	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
4.2	3.8	3.6	3.6	Nouvelle-Écosse 20
2.5	2.3	2.5	2.7	Nouveau-Brunswick 21
2.5	2.6	2.6	2.4	Québec 22
2.9	2.8	3.0	3.2	Ontario 23
3.5	3.7	3.8	2.9	Manitoba 24
2.5	2.5	2.5	2.4	Saskatchewan 25
5.8	3.5	4.1	2.4	Alberta 26
2.0	2.1	2.3	1.9	Colombie-Britannique 27
0.8	0.7	1.1	0.9	Yukon 28
2.2	2.4	2.1	2.4	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,209.4	4,134.0	4,191.6	4,165.8	4,216.1	4,171.3	4,141.7
2 All other food stores	360.0	355.4	350.3	355.1	339.7	321.4	335.4
3 Drugs and patent medicine stores	989.0	977.6	986.0	995.5	993.3	994.3	1,004.8
4 Shoe stores	141.7	154.6	147.4	143.1	149.0	150.7	145.1
5 Men's clothing stores	131.2	134.7	146.2	140.0	136.7	132.9	134.0
6 Women's clothing stores	335.2	348.1	351.1	356.8	359.3	350.3	349.9
7 Other clothing stores	447.6	442.9	449.1	438.7	433.5	428.6	407.5
8 Household furniture and appliance stores	758.1	753.2	766.0	770.8	782.4	745.0	753.2
9 Household furnishings stores	193.7	193.7	193.7	193.6	191.5	194.6	192.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,981.2	4,004.7	4,055.7	4,111.0	4,138.8	4,068.5	4,102.0
11 Gasoline service stations	1,206.7	1,187.3	1,182.3	1,137.0	1,184.2	1,185.9	1,171.6
12 Automotive parts, accessories and service	923.1	964.6	977.9	1,010.0	1,017.9	1,016.1	995.3
13 General merchandise stores	1,837.5	1,841.5	1,852.3	1,854.4	1,836.6	1,806.2	1,814.3
14 Other semi-durable goods stores	596.9	594.6	589.0	596.5	598.1	609.8	611.5
15 Other durable goods stores	482.8	482.4	476.1	489.4	468.4	479.2	465.5
16 Other retail stores	903.5	894.3	927.0	955.8	919.8	921.3	919.6
17 Total, all stores	17,497.6	17,463.6	17,641.5	17,713.3	17,765.2	17,576.2	17,544.5
Regions							
18 Newfoundland	301.2	288.5	288.3	285.4	286.1	284.0	287.1
19 Prince Edward Island	72.4	72.6	74.0	73.3	73.0	72.4	74.6
20 Nova Scotia	546.1	526.9	541.2	543.2	545.1	542.6	541.6
21 New Brunswick	409.2	406.7	410.6	408.8	419.9	410.9	409.6
22 Quebec	4,128.6	4,123.2	4,142.2	4,230.9	4,261.8	4,234.6	4,173.8
23 Ontario	6,442.6	6,528.7	6,628.2	6,639.6	6,609.3	6,550.9	6,517.0
24 Manitoba	601.3	596.0	595.5	586.2	595.2	583.8	590.9
25 Saskatchewan	524.4	511.2	530.9	532.0	532.3	531.9	547.1
26 Alberta	1,803.3	1,797.4	1,818.9	1,814.1	1,853.7	1,816.3	1,836.9
27 British Columbia	2,608.5	2,553.5	2,553.1	2,541.6	2,530.2	2,491.5	2,508.4
28 Yukon	18.0	17.9	17.8	17.5	18.2	17.5	17.5
29 Northwest Territories	42.0	41.1	40.7	40.6	40.4	39.9	39.9

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,116.3	4,166.7	4,195.6	4,142.5	4,158.5	4,117.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
327.8	328.4	322.0	313.8	291.2	285.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,010.0	1,005.6	1,002.1	1,000.3	999.4	1,002.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
143.2	159.5	148.3	145.1	147.2	145.0	Magasins de chaussures	4
134.9	139.0	140.4	143.0	141.2	150.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
342.2	342.5	338.3	339.1	328.7	324.4	Magasins de vêtements pour dames	6
416.9	422.4	403.3	399.1	383.8	370.5	Autres magasins de vêtements	7
727.3	722.8	723.9	723.6	719.9	708.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
193.3	192.3	192.7	188.7	188.9	185.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,037.8	3,806.6	3,751.0	4,024.1	3,890.6	3,827.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,181.3	1,192.7	1,193.3	1,189.6	1,180.2	1,169.9	Stations-service	11
978.1	992.8	991.3	985.8	963.7	986.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,760.0	1,843.4	1,779.5	1,799.4	1,773.1	1,760.2	Magasins de marchandises diverses	13
601.7	613.4	607.0	598.6	595.2	592.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
456.6	478.4	474.8	472.5	469.0	467.2	Autres magasins de produits durables	15
907.1	894.8	904.2	882.5	871.9	856.2	Autres magasins de vente au détail	16
17,334.3	17,301.3	17,167.9	17,347.7	17,102.5	16,950.5	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
285.7	283.9	283.9	287.7	283.4	282.5	Terre-Neuve	18
71.9	71.5	70.7	71.6	71.8	71.5	Île-du-Prince-Édouard	19
535.2	534.3	535.3	535.4	527.4	532.6	Nouvelle-Écosse	20
394.4	400.4	405.1	415.8	411.7	402.9	Nouveau-Brunswick	21
4,175.2	4,214.0	4,165.4	4,247.7	4,216.4	4,122.5	Québec	22
6,420.4	6,358.2	6,298.0	6,364.7	6,246.4	6,212.1	Ontario	23
574.1	581.7	573.7	582.3	556.6	572.9	Manitoba	24
530.3	524.2	523.1	520.8	515.1	520.9	Saskatchewan	25
1,781.4	1,829.2	1,824.4	1,845.0	1,823.5	1,829.1	Alberta	26
2,509.1	2,447.5	2,432.0	2,420.3	2,393.6	2,347.4	Colombie-Britannique	27
17.5	17.4	17.7	17.4	17.6	17.8	Yukon	28
39.2	38.8	38.6	38.9	39.0	38.4	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,124.0	4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6
2 All other food stores	362.5	335.3	291.5	291.2	410.9	299.8	326.2
3 Drugs and patent medicine stores	938.1	976.9	890.7	947.3	1,248.4	991.3	1,012.8
4 Shoe stores	144.0	123.3	88.0	107.2	209.9	175.0	160.2
5 Men's clothing stores	122.3	103.5	87.2	105.2	298.3	162.2	137.5
6 Women's clothing stores	319.5	295.8	223.4	249.8	600.8	375.7	353.3
7 Other clothing stores	393.9	368.6	281.5	304.4	742.7	487.1	423.4
8 Household furniture and appliance stores	679.0	685.2	584.8	645.8	1,145.3	806.4	770.9
9 Household furnishings stores	173.1	177.9	148.4	148.0	237.0	217.7	199.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,291.7	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8
11 Gasoline service stations	1,108.5	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4
12 Automotive parts, accessories and service	903.1	893.0	744.6	836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8
13 General merchandise stores	1,689.3	1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9
14 Other semi-durable goods stores	540.4	471.5	416.4	425.0	961.0	650.4	583.1
15 Other durable goods stores	426.3	386.1	336.9	369.4	924.4	483.0	413.0
16 Other retail stores	820.3	782.2	691.9	695.5	1,445.8	881.5	879.7
17 Total, all stores	17,036.0	16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0
Regions							
18 Newfoundland	287.7	271.7	220.5	222.2	369.3	304.7	282.9
19 Prince Edward Island	66.9	64.3	55.7	57.9	89.3	72.9	72.7
20 Nova Scotia	524.5	504.5	420.1	438.8	692.9	556.9	536.1
21 New Brunswick	395.5	383.5	322.3	325.6	517.2	435.5	408.2
22 Quebec	4,199.7	4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7
23 Ontario	6,162.7	6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2
24 Manitoba	593.2	571.2	480.5	485.1	760.8	606.3	588.4
25 Saskatchewan	510.5	493.7	428.6	447.8	661.6	552.3	549.4
26 Alberta	1,767.8	1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1
27 British Columbia	2,469.9	2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6
28 Yukon	16.4	16.3	13.5	13.1	20.4	16.6	17.3
29 Northwest Territories	41.2	40.1	33.1	33.2	48.5	40.3	40.2

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,197.2	4,112.4	4,449.7	4,285.7	4,164.5	4,155.1	15,841.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
326.2	334.0	357.9	337.7	300.2	279.8	1,280.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,008.6	998.9	963.5	999.2	978.8	974.4	3,753.0	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
159.8	160.0	134.9	148.1	157.0	151.1	462.5	Magasins de chaussures	4
126.6	112.7	118.2	148.9	136.2	143.8	418.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
362.9	322.4	322.4	340.5	332.7	317.0	1,088.4	Magasins de vêtements pour dames	6
453.3	433.9	357.2	377.5	350.6	333.7	1,348.5	Autres magasins de vêtements	7
763.7	719.1	709.8	708.5	656.0	655.3	2,594.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
200.5	209.1	201.1	201.0	187.9	174.3	647.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,989.8	3,900.4	3,943.1	4,844.1	4,791.6	4,385.2	15,114.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,210.8	1,302.1	1,311.5	1,253.9	1,196.1	1,083.4	4,344.8	Stations-service	11
962.2	1,001.1	1,027.9	1,103.9	1,073.2	1,002.8	3,377.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,701.7	1,776.6	1,619.9	1,725.4	1,680.0	1,633.9	5,872.4	Magasins de marchandises diverses	13
593.6	630.6	610.5	641.9	663.1	535.5	1,853.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
452.8	481.4	469.0	479.9	455.7	415.4	1,518.7	Autres magasins de produits durables	15
912.5	918.2	1,008.0	934.3	863.1	792.4	2,989.9	Autres magasins de vente au détail	16
17,422.3	17,412.9	17,604.7	18,530.6	17,986.9	17,033.2	62,505.3	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
287.5	294.1	298.7	301.3	288.9	278.8	1,002.0	Terre-Neuve	18
73.8	79.5	81.8	78.9	74.4	68.1	244.7	Île-du-Prince-Édouard	19
542.7	546.8	557.2	575.3	544.8	532.6	1,887.9	Nouvelle-Écosse	20
396.5	411.8	426.8	444.8	429.0	402.0	1,426.9	Nouveau-Brunswick	21
4,196.8	4,260.3	4,311.2	4,645.7	4,660.1	4,355.6	14,841.3	Québec	22
6,457.4	6,260.0	6,349.0	6,825.3	6,500.1	6,140.9	23,234.1	Ontario	23
569.8	573.8	577.9	611.8	578.3	571.4	2,130.0	Manitoba	24
521.0	526.0	529.9	549.4	527.4	525.4	1,880.6	Saskatchewan	25
1,783.6	1,861.9	1,875.2	1,944.4	1,890.6	1,836.8	6,460.0	Alberta	26
2,537.9	2,539.1	2,534.4	2,490.5	2,436.1	2,267.1	9,190.9	Colombie-Britannique	27
17.7	20.4	21.1	20.4	18.2	16.9	59.4	Yukon	28
37.9	39.1	41.5	42.7	39.1	37.5	147.5	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	85.0	77.6	64.2	66.4	293.1
Prince Edward Island	20.1	18.7	16.1	16.3	71.2
Nova Scotia	152.0	142.8	120.3	126.3	541.4
New Brunswick	119.5	115.4	99.2	101.8	436.0
Quebec	1,328.5	1,217.0	986.6	1,074.1	4,606.2
Ontario	2,008.1	1,948.1	1,649.6	1,736.9	7,342.8
Manitoba	180.7	176.0	141.9	147.5	646.0
Saskatchewan	160.6	150.4	130.9	143.1	585.0
Alberta	547.6	533.9	448.9	481.5	2,011.8
British Columbia	797.0	778.1	657.7	696.8	2,929.7
Yukon	5.1	4.9	4.4	4.1	18.5
Northwest Territories	21.6	20.0	17.1	16.7	75.4
Total	5,425.9	5,182.7	4,336.9	4,611.5	19,557.0

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	85.0	77.6	64.2	66.4	169.8	127.0	101.8
Prince Edward Island	20.1	18.7	16.1	16.3	37.8	25.8	22.8
Nova Scotia	152.0	142.8	120.3	126.3	304.1	207.1	172.2
New Brunswick	119.5	115.4	99.2	101.8	229.1	167.0	142.7
Quebec	1,328.5	1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4
Ontario	2,008.1	1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9
Manitoba	180.7	176.0	141.9	147.5	328.4	222.6	199.9
Saskatchewan	160.6	150.4	130.9	143.1	283.7	198.0	183.3
Alberta	547.6	533.9	448.9	481.5	1,019.8	680.6	605.2
British Columbia	797.0	778.1	657.7	696.8	1,399.7	944.6	864.0
Yukon	5.1	4.9	4.4	4.1	8.6	6.2	6.2
Northwest Territories	21.6	20.0	17.1	16.7	27.4	22.2	22.2
Total	5,425.9	5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year					Régions
Variation par rapport à l'année précédente					
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-0.7	-4.3	-2.0	-3.5	-2.6	Terre-Neuve
0.7	-2.6	0.7	-4.0	-1.3	Île-du-Prince-Édouard
2.7	-1.6	0.3	1.2	0.6	Nouvelle-Écosse
0.4	0.7	4.7	5.6	2.6	Nouveau-Brunswick
2.5	4.7	5.3	7.6	4.8	Québec
3.0	4.0	5.8	9.0	5.3	Ontario
2.8	2.5	4.8	6.3	3.9	Manitoba
-6.7	-8.6	1.6	3.8	-3.0	Saskatchewan
-2.3	-1.6	-0.4	-	-1.2	Alberta
2.1	1.6	3.9	5.3	3.2	Colombie-Britannique
-17.5	-6.6	-1.2	-6.1	-8.6	Yukon
5.3	4.5	3.1	0.3	3.4	Territoires du Nord-Ouest
1.7	2.3	4.2	6.3	3.5	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
94.4	97.8	91.1	92.3	86.5	85.6	293.1	Terre-Neuve
23.8	27.4	25.7	23.9	22.1	19.9	71.2	Île-du-Prince-Édouard
168.2	166.3	155.4	159.4	150.6	148.1	541.4	Nouvelle-Écosse
130.2	137.4	126.2	134.7	129.4	119.0	436.0	Nouveau-Brunswick
1,381.6	1,409.2	1,344.5	1,425.3	1,404.0	1,295.8	4,606.2	Québec
2,199.1	2,133.7	2,025.9	2,154.3	2,046.5	1,950.4	7,342.8	Ontario
180.9	190.7	172.0	185.2	182.5	175.8	646.0	Manitoba
168.0	176.1	164.0	175.3	170.4	172.2	585.0	Saskatchewan
584.1	630.0	567.7	583.0	575.4	560.7	2,011.8	Alberta
866.9	848.5	806.1	809.4	803.5	780.3	2,929.7	Colombie-Britannique
6.4	7.4	7.2	6.9	6.1	6.2	18.5	Yukon
20.0	20.1	20.6	21.3	21.0	20.5	75.4	Territoires du Nord-Ouest
5,823.6	5,844.6	5,506.6	5,771.0	5,598.1	5,334.5	19,557.0	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,036.0	-	14,303.0	-2.9
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.6	17,641.5	-0.4	15,003.0	-0.7	Février
117.9	17,463.6	-1.0	14,807.0	-1.3	Mars
118.6	17,497.6	0.2	14,752.8	-0.4	Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

ORDER FORM

Statistics Canada



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**


(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



 (613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature _____ Expiry Date _____

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

☐ Purchase Order Number _____

(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

GST Registration # R121491807

Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada Statistique Canada

Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT:**

CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION
OF OUR GREAT NATION

UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

Canada: A Portrait is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54^e édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés : **Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

Un portrait du Canada... un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.



*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

May 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Mai 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

May 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Mai 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

August 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 5

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Août 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 5

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G.W. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **P. Desjardins**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G.W. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **P. Desjardins**, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	
1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28
Appendix	
I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	
1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
Appendice	
I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact John Svab (613) 951-3549, Monthly Retail Trade Section.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549, Section mensuelle du commerce de détail.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

Highlights

Consumers increased their spending in May for a second consecutive month. Total retail sales advanced 0.6% to \$17.6 billion. This followed a 0.3% gain in April.

Despite May's gain, the trend in retail trade in 1995 remains negative. This contrasts with the general growth observed from April 1992 to November 1994. Nonetheless, sales in May were 3.1% higher than in May 1994.

Retail sales increased in four of the seven sectors, accounting for 63% of total sales. The automotive, general merchandise and clothing sectors increased the most in dollar terms. In fact, about half the total gain came from higher revenues by gasoline service stations. Decreases were recorded in the furniture, food and drug sectors.

Stimulated by price increases, gas stations led the gain

Operators of gasoline service stations led the gain in the automotive sector. Sales advanced 4.5% in May, a fourth consecutive monthly increase, and led the 1.3% growth of the automotive sector. This was attributable to steady increases in average gasoline prices from January to May (the peak); higher crude oil prices were a major factor in these increases. June's consumer price index noted a decrease in the gas prices.

Retailers of automotive parts, accessories and services also reported higher sales in May (+2.6%) after four months of declining sales. Sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers remained unchanged in May, despite a strong increase in the number of new motor vehicles sold.

Faits saillants

Les consommateurs ont augmenté leurs dépenses en mai et ce pour un deuxième mois consécutif. Les ventes totales au détail ont progressé de 0.6% et s'élèvent à \$17.6 milliards, ce qui fait suite à la croissance enregistrée en avril (+0.3%).

Malgré la hausse enregistrée en mai, la tendance du commerce de détail est encore négative en 1995. Ceci fait contraste avec la croissance générale observée depuis avril 1992 jusqu'au mois de novembre 1994. Toutefois, les ventes en mai sont supérieures de 3.1% à celles de mai 1994.

Quatre des sept secteurs du commerce de détail ont connu une croissance de leurs ventes en mai, lesquelles représentaient 63% des ventes totales. Les ventes des secteurs de l'automobile, des marchandises diverses et du vêtement sont celles qui augmentent le plus en terme de dollars. En fait, environ la moitié de la hausse totale du commerce de détail provient de revenus plus élevés des stations-service. Par contre, les secteurs de l'ameublement, de l'alimentation et des pharmacies décroissent.

Stimulées par l'augmentation des prix, les stations-service mènent la croissance

Les détaillants des stations-service sont en tête du secteur de l'automobile. Leurs ventes ont augmenté de 4.5% en mai, une quatrième hausse consécutive et mènent la croissance (+1.3%) du secteur de l'automobile. Les augmentations constantes du prix moyen de l'essence de janvier jusqu'au sommet de mai en sont responsables. Le prix plus élevé du pétrole est un facteur important qui explique ces augmentations du prix de l'essence. En juin, l'indice des prix à la consommation indique une baisse.

Les détaillants de pièces et d'accessoires pour automobiles et de services ont aussi déclaré de bonnes ventes en mai (+2.6%), ce qui faisant suite à quatre mois de ventes à la baisse. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs sont demeurées inchangées en mai en dépit d'une forte augmentation du nombre de véhicules neufs vendus.

Higher sales in the general merchandise sector also contributed to the overall sales increase. After two consecutive monthly decreases, sales advanced 1.9% and stood 6.0% higher than May 1994. The trend in the sector has been increasing steadily since mid-1993.

The furniture sector remained the hardest hit by recent economic conditions. In May, sales fell 3.7%, the fourth decline in five months. Despite lower mortgage rates, the housing market is slow and consumers are holding back on furniture and furnishings purchases. The trend in the furniture sector has been decreasing since February 1995 after strong and steady growth in 1994.

Ontario led the increase

Among the six provinces with higher sales in May, Ontario retailers posted the strongest gain in dollar terms (+2.3%). This increase almost offset the two previous monthly decreases. May's sales level was similar to the level in December 1994. Sales by Manitoba retailers rose for a fourth consecutive month in May. In Quebec sales declined 0.9%, the fourth drop since the beginning of 1995.

De bonnes ventes dans le secteur des marchandises diverses ont aussi contribué à l'augmentation générale des ventes au détail. Après deux mois d'affilée de baisse, les ventes s'accroissent en mai (+1.9%) et sont supérieures de 6.0% à celles de l'année passée. La tendance ascendante des ventes de ce secteur est constante depuis le milieu de 1993.

Le secteur de l'ameublement est celui qui a le plus souffert davantage des récentes conditions économiques. En mai, ses ventes ont plongé de 3.7%, une quatrième baisse au cours des cinq derniers mois. Malgré des taux d'intérêt bas, le marché de la construction est au ralenti et les consommateurs retiennent leurs achats de meubles et d'accessoires d'ameublement. La tendance dans ce secteur est à la baisse depuis février 1995 et ce, après une forte et régulière croissance en 1994.

L'Ontario mène la remontée

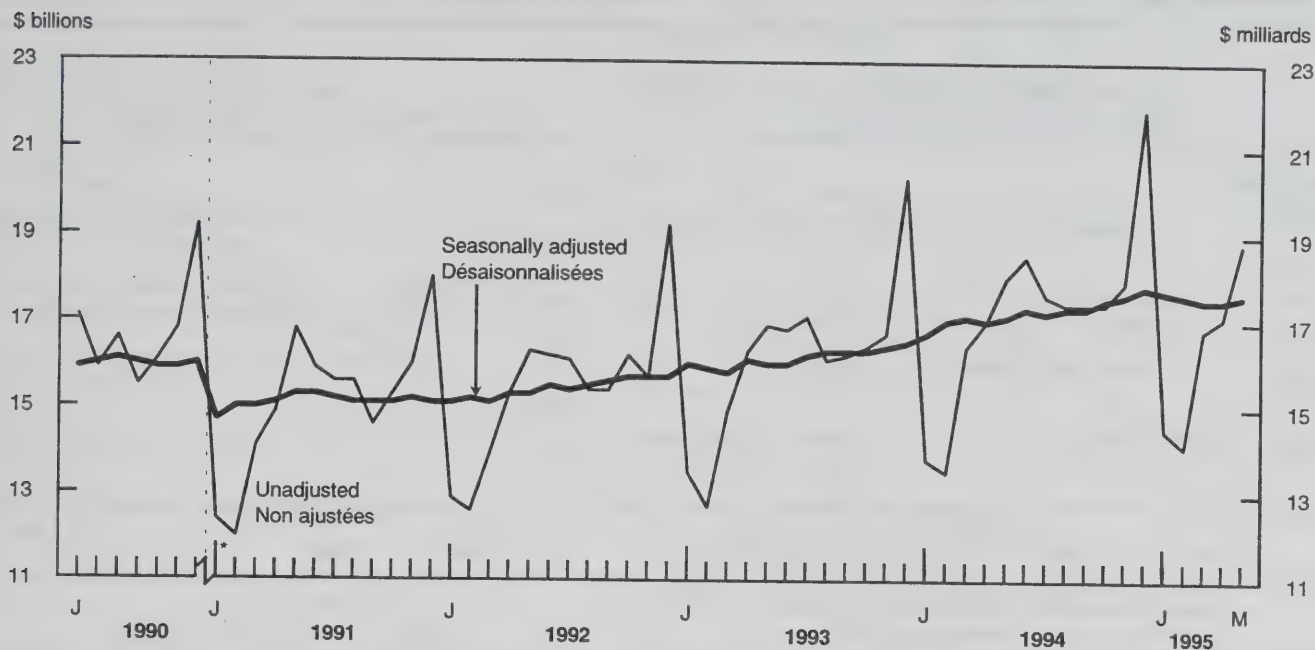
Parmi les six provinces qui s'illustrent avec des ventes à la hausse en mai, l'Ontario est celle qui détient la plus forte augmentation (+2.3%) en terme de dollars. Cette bonne augmentation contrebalance presque les deux contre-performances mensuelles précédentes. Le niveau de ventes de mai est similaire à celui de décembre 1994. Les ventes des détaillants manitobains augmentent pour un quatrième mois de suite. Au Québec, les ventes baissent de 0.9% pour une quatrième fois depuis le début de 1995.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

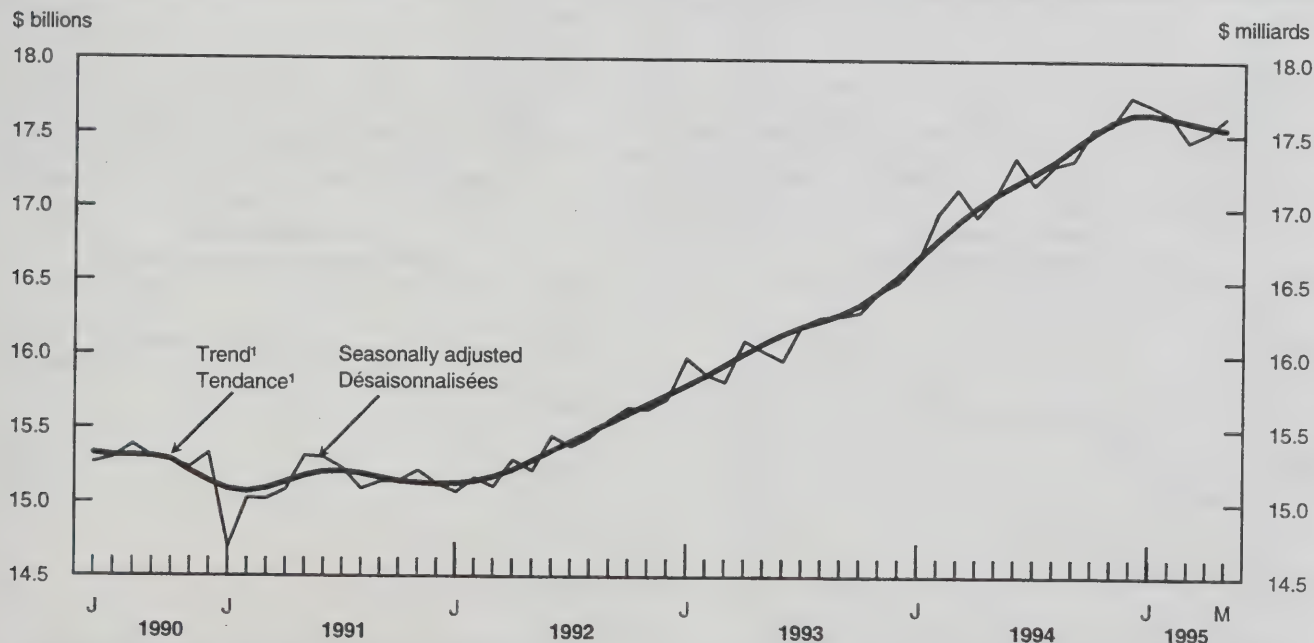
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

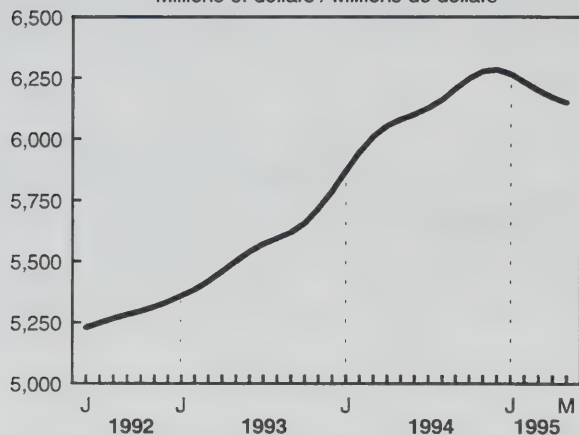
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

Title
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual
Campus Bookstores, Annual, Bilingual
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual
Market Research Handbook, Annual, Bilingual
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Titre	Catalogue
Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		May 1995 Mai	April 1995 Avril	
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,194.2	4,205.5	4,135.5	4,190.8	20,891.9	-0.3	1.7
2	All other food stores	361.2	362.3	355.6	350.2	1,784.4	-0.3	1.9
3	Drugs and patent medicine stores	985.9	987.6	976.5	985.2	4,930.7	-0.2	1.1
4	Shoe stores	152.8	139.4	153.8	147.9	737.0	9.6	-9.3
5	Men's clothing stores	133.6	131.2	134.7	146.2	685.6	1.8	-2.6
6	Women's clothing stores	360.6	339.5	351.4	352.8	1,761.1	6.2	-3.4
7	Other clothing stores	442.7	444.4	441.2	447.9	2,214.9	-0.4	0.7
8	Household furniture and appliance stores	721.4	750.3	749.8	763.8	3,756.1	-3.9	0.1
9	Household furnishings stores	188.4	194.2	193.1	193.2	962.5	-3.0	0.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,967.0	3,965.6	3,997.5	4,050.1	20,091.1	-	-0.8
11	Gasoline service stations	1,270.6	1,216.5	1,193.6	1,186.4	6,004.2	4.5	1.9
12	Automotive parts, accessories and services	948.1	923.9	965.7	978.0	4,825.7	2.6	-4.3
13	General merchandise stores	1,878.9	1,843.7	1,848.8	1,857.5	9,283.3	1.9	-0.3
14	Other semi-durable goods stores	601.8	595.8	594.8	589.2	2,978.2	1.0	0.2
15	Other durable goods stores	469.6	478.4	479.3	474.4	2,391.0	-1.8	-0.2
16	Other retail stores	951.3	947.1	896.2	932.9	4,683.3	0.4	5.7
17	Total, all stores	17,628.2	17,525.3	17,467.5	17,646.5	87,980.8	0.6	0.3
Regions								
18	Newfoundland	292.1	298.0	287.4	288.0	1,450.9	-2.0	3.7
19	Prince Edward Island	76.0	73.2	73.1	74.4	369.9	3.7	0.2
20	Nova Scotia	539.1	547.3	526.4	540.7	2,696.8	-1.5	4.0
21	New Brunswick	415.1	412.6	407.1	411.1	2,054.7	0.6	1.4
22	Quebec	4,088.7	4,126.0	4,114.4	4,136.2	20,696.3	-0.9	0.3
23	Ontario	6,601.1	6,451.8	6,545.3	6,640.5	32,878.2	2.3	-1.4
24	Manitoba	617.3	602.6	597.0	595.5	2,998.5	2.4	0.9
25	Saskatchewan	537.7	533.4	512.4	532.6	2,648.2	0.8	4.1
26	Alberta	1,850.2	1,822.1	1,802.3	1,821.8	9,110.6	1.5	1.1
27	British Columbia	2,550.9	2,598.0	2,543.1	2,547.2	12,780.8	-1.8	2.2
28	Yukon	18.2	18.0	17.9	17.8	89.4	0.9	0.9
29	Northwest Territories	41.8	42.2	41.1	40.7	206.5	-0.9	2.6

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						
March 1995 Mars	February 1995 Février	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif		N°
Per cent - pourcentage							Groupe de commerce - Canada	
-1.3	0.6	0.9	2.1	-0.1	2.1	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
1.5	-1.4	24.1	26.7	21.0	22.4	24.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.9	-1.0	-1.3	-1.5	-3.2	-2.2	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
4.0	3.3	3.8	-3.9	7.6	-1.5	1.0	Magasins de chaussures	4
-7.9	4.4	-5.4	-12.6	-12.1	-0.1	-7.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.4	-1.1	9.7	4.6	7.8	8.1	9.3	Magasins de vêtements pour dames	6
-1.5	2.1	15.3	20.0	19.6	26.8	21.2	Autres magasins de vêtements	7
-1.8	-0.9	0.2	5.9	6.8	11.4	7.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-	-0.2	-0.3	4.7	1.5	2.0	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-1.3	-1.5	2.0	3.6	2.9	5.4	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
0.6	4.3	7.7	4.0	1.1	-0.4	1.6	Stations-service	11
-1.3	-3.2	-1.6	-6.3	-1.2	0.9	-1.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.5	0.2	6.0	4.7	0.7	2.5	4.4	Magasins de marchandises diverses	13
1.0	-1.2	1.1	0.5	1.6	1.6	1.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.0	-3.1	0.1	2.4	1.8	2.7	3.1	Autres magasins de produits durables	15
-3.9	-2.4	9.1	10.6	2.8	8.6	9.0	Autres magasins de vente au détail	16
-1.0	-0.4	3.1	3.4	1.9	4.0	3.7	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
-0.2	0.9	3.1	5.5	1.3	3.0	2.9	Terre-Neuve	18
-1.7	1.4	5.8	2.4	-0.3	3.3	2.2	Île-du-Prince-Édouard	19
-2.7	-0.5	2.2	2.8	-4.9	0.2	0.1	Nouvelle-Écosse	20
-1.0	0.6	0.8	2.4	-1.5	-4.8	-1.0	Nouveau-Brunswick	21
-0.5	-2.2	-3.0	0.1	-2.1	-1.5	-0.9	Québec	22
-1.4	-	5.7	3.9	4.5	7.4	6.3	Ontario	23
0.2	1.6	10.9	5.2	1.9	1.7	4.6	Manitoba	24
-3.8	0.1	4.4	2.4	0.1	4.8	3.6	Saskatchewan	25
-1.1	0.4	1.5	-0.4	-3.0	1.6	0.5	Alberta	26
-0.2	0.2	6.6	10.7	8.9	9.7	9.3	Colombie-Britannique	27
0.2	2.0	3.6	1.3	0.8	0.3	1.1	Yukon	28
1.0	0.1	7.4	10.0	7.2	6.7	7.7	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	4,234.1	4,122.3	4,144.2	3,728.4	20,074.0
2 All other food stores	366.6	368.8	335.3	291.5	1,653.4
3 Drugs and patent medicine stores	977.0	937.4	976.9	890.7	4,729.3
4 Shoe stores	165.5	142.7	123.3	88.0	626.7
5 Men's clothing stores	132.9	122.5	103.5	87.2	551.3
6 Women's clothing stores	369.6	322.7	295.8	223.4	1,461.2
7 Other clothing stores	395.6	392.2	368.6	281.5	1,742.4
8 Household furniture and appliance stores	658.5	674.7	685.2	584.8	3,249.0
9 Household furnishings stores	191.8	175.0	177.9	148.4	841.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,050.4	4,279.0	4,358.2	3,272.0	20,151.7
11 Gasoline service stations	1,293.2	1,109.7	1,141.0	1,037.6	5,639.3
12 Automotive parts, accessories and services	1,073.3	902.2	893.0	744.6	4,449.8
13 General merchandise stores	1,824.3	1,686.0	1,593.9	1,279.8	7,693.4
14 Other semi-durable goods stores	682.6	537.8	471.5	416.4	2,533.2
15 Other durable goods stores	457.0	424.2	386.1	336.9	1,973.7
16 Other retail stores	949.1	861.4	782.2	691.9	3,980.1
17 Total, all stores	18,821.4	17,058.7	16,836.7	14,102.9	81,349.4
Regions					
18 Newfoundland	302.6	284.4	271.7	220.5	1,301.3
19 Prince Edward Island	79.5	67.3	64.3	55.7	324.7
20 Nova Scotia	563.8	525.1	504.5	420.1	2,452.3
21 New Brunswick	441.4	396.8	383.5	322.3	1,869.7
22 Quebec	4,581.4	4,200.5	4,014.7	3,237.2	19,423.5
23 Ontario	6,998.4	6,165.8	6,249.0	5,341.0	30,235.5
24 Manitoba	644.4	590.0	571.2	480.5	2,771.2
25 Saskatchewan	563.8	517.5	493.7	428.6	2,451.4
26 Alberta	1,941.3	1,781.2	1,735.7	1,451.1	8,414.8
27 British Columbia	2,641.9	2,472.3	2,492.1	2,099.4	11,835.2
28 Yukon	19.8	16.4	16.3	13.5	79.1
29 Northwest Territories	43.1	41.2	40.1	33.1	190.8

TABEAU 2. Ventes au détail, non-saisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.7	-0.8	1.5	2.3	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
22.1	31.8	20.3	21.7	24.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.2	-3.8	-2.2	-1.6	-1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
5.4	-5.6	7.4	0.7	0.8	Magasins de chaussures 4
-2.5	-14.8	-11.7	1.3	-7.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
11.1	1.8	5.5	7.7	7.7	Magasins de vêtements pour dames 6
12.8	17.5	18.8	26.7	18.9	Autres magasins de vêtements 7
0.4	3.0	6.1	11.6	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
2.0	0.4	3.1	2.5	2.4	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5.4	-2.4	3.8	6.5	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
8.1	2.4	1.5	-0.4	1.6	Stations-service 11
- -	-10.0	-0.8	1.7	-1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
8.6	3.2	0.7	2.9	4.5	Magasins de marchandises diverses 13
2.9	0.4	-0.2	0.5	1.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
0.3	2.1	4.3	3.1	3.3	Autres magasins de produits durables 15
10.0	8.7	2.6	9.2	8.4	Autres magasins de vente au détail 16
4.6	0.1	2.6	4.2	3.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
4.7	2.0	2.3	2.4	2.4	Terre-Neuve 18
6.9	-1.2	-0.3	3.6	1.9	Île-du-Prince-Édouard 19
3.5	-1.4	-2.5	0.4	-0.1	Nouvelle-Écosse 20
2.9	-1.3	-1.4	-4.5	-1.1	Nouveau-Brunswick 21
-1.7	-3.6	-0.8	-1.7	-1.4	Québec 22
7.7	0.4	4.9	8.0	5.9	Ontario 23
11.4	3.2	1.7	1.5	4.2	Manitoba 24
6.9	-1.5	0.1	5.7	3.1	Saskatchewan 25
2.7	-3.0	-3.1	1.7	- -	Alberta 26
8.4	9.1	9.9	9.7	9.2	Colombie-Britannique 27
8.8	-2.8	4.5	0.5	1.8	Yukon 28
10.2	10.0	8.2	6.1	7.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	11,717.6	12,778.9	12,759.4	12,605.3	11,629.4
2	All other food stores	918.1	1,036.8	1,018.2	917.7	749.4
3	Drugs and patent medicine stores	2,814.9	3,252.5	2,971.0	2,952.5	2,860.1
4	Shoe stores	318.5	545.1	454.7	456.3	313.6
5	Men's clothing stores	295.9	598.0	357.5	428.9	317.5
6	Women's clothing stores	769.0	1,329.7	1,007.8	990.2	706.5
7	Other clothing stores	954.5	1,653.2	1,244.4	1,061.8	780.5
8	Household furniture and appliance stores	1,915.8	2,722.7	2,192.6	2,019.9	1,737.3
9	Household furnishings stores	474.2	654.0	610.7	563.2	459.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10,822.3	11,195.3	11,833.4	14,020.9	10,040.1
11	Gasoline service stations	3,236.3	3,576.0	3,824.3	3,533.4	3,268.8
12	Automotive parts, accessories and services	2,474.3	3,259.5	2,991.1	3,179.9	2,434.9
13	General merchandise stores	4,183.1	7,344.0	5,098.2	5,039.3	4,049.1
14	Other semi-durable goods stores	1,312.8	2,194.5	1,834.7	1,840.5	1,301.6
15	Other durable goods stores	1,092.4	1,820.3	1,403.1	1,350.9	1,039.8
16	Other retail stores	2,169.6	3,206.9	2,838.7	2,589.8	2,015.6
17	Total, all stores	45,469.4	57,167.5	52,439.8	53,550.7	43,703.5
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	252.8	269.9	289.5	269.8	240.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.2	75.8	64.9	65.6	63.8
4	Shoe stores	3.3	7.3	5.7	5.2	3.7
5	Men's clothing stores	2.5	7.7	3.5	3.9	2.4
6	Women's clothing stores	8.2	21.2	13.4	12.3	8.2
7	Other clothing stores	7.2	17.3	9.9	8.1	6.3
8	Household furniture and appliance stores	17.3	37.7	24.3	20.9	17.0
9	Household furnishings stores	2.9	5.0	4.0	3.6	2.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	119.2	119.4	158.3	192.8	125.6
11	Gasoline service stations	76.9	85.8	79.5	72.0	67.1
12	Automotive parts, accessories and services	34.0	44.7	42.4	46.0	33.3
13	General merchandise stores	73.2	167.4	114.0	103.8	83.1
14	Other semi-durable goods stores	20.0	39.7	31.8	29.2	18.3
15	Other durable goods stores	7.2	19.4	11.8	11.8	10.0
16	Other retail stores	15.7	32.1	22.1	19.1	17.2
17	Total, all stores	714.3	956.9	880.3	869.0	702.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		N°
Per cent - pourcentage						
Canada						
0.8	3.6	4.2	5.0	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.5	18.7	16.2	2.2	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.6	-0.5	1.0	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.6	8.9	10.3	9.0	11.0	Magasins de chaussures	4
-6.8	-8.6	-5.0	2.2	9.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.8	11.7	4.1	2.3	2.0	Magasins de vêtements pour dames	6
22.3	18.2	12.5	7.9	0.7	Autres magasins de vêtements	7
10.3	8.0	1.7	2.9	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.3	1.4	3.5	0.6	1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.8	13.3	10.8	15.6	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.0	0.3	-0.2	-0.5	-0.8	Stations-service	11
1.6	9.0	8.1	10.0	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.3	5.7	4.3	4.1	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
0.9	7.8	10.2	6.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.1	6.3	8.9	7.8	9.1	Autres magasins de produits durables	15
7.6	11.7	8.3	3.8	3.5	Autres magasins de vente au détail	16
4.0	7.1	6.1	7.1	6.6	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
5.2	-1.8	6.1	4.1	-2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.8	5.4	4.8	5.7	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-10.2	1.1	3.6	4.2	9.2	Magasins de chaussures	4
3.9	-4.7	-2.8	8.4	15.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.1	4.2	-2.1	0.3	1.3	Magasins de vêtements pour dames	6
14.3	-44.3	-47.0	-53.0	-44.8	Autres magasins de vêtements	7
2.3	9.7	-0.3	1.7	1.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
8.8	-3.1	2.8	-2.6	-9.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-5.2	5.7	5.8	12.7	15.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
14.6	9.5	-10.9	-8.7	-10.3	Stations-service	11
2.2	-9.2	8.1	15.7	15.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-11.8	6.7	7.8	5.5	9.4	Magasins de marchandises diverses	13
9.4	26.1	12.6	8.8	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-27.6	3.3	4.7	9.5	25.8	Autres magasins de produits durables	15
-8.4	0.4	-2.1	-11.5	-	Autres magasins de vente au détail	16
1.7	2.1	2.5	3.3	1.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	50.9	55.2	56.7	50.7	46.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	15.7	16.9	16.7	16.1	15.4
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	2.1	5.6	6.8	3.6	2.2
8	Household furniture and appliance stores	5.0	7.6	6.7	6.1	5.1
9	Household furnishings stores	1.1	1.9	2.4	2.2	1.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	34.4	40.9	40.7	53.1	34.5
11	Gasoline service stations	21.1	23.1	28.6	23.6	22.3
12	Automotive parts, accessories and services	9.9	14.3	13.8	14.3	10.4
13	General merchandise stores	15.1	32.0	24.0	21.6	16.4
14	Other semi-durable goods stores	7.0	11.1	11.5	8.8	5.9
15	Other durable goods stores	1.9	4.0	2.9	2.4	2.0
16	Other retail stores	8.5	12.5	15.3	11.3	8.6
17	Total, all stores	177.8	235.0	235.1	221.3	176.2
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	419.5	458.5	473.4	439.0	386.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.7	127.6	111.8	108.2	111.7
4	Shoe stores	6.2	11.2	9.5	8.9	6.7
5	Men's clothing stores	5.7	12.9	6.3	6.9	5.4
6	Women's clothing stores	18.5	39.6	27.7	26.4	19.1
7	Other clothing stores	20.9	44.9	28.2	22.1	17.8
8	Household furniture and appliance stores	32.7	53.0	41.7	38.3	36.6
9	Household furnishings stores	9.6	16.8	14.8	13.1	9.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	298.7	298.7	336.2	415.3	313.0
11	Gasoline service stations	102.5	124.4	140.1	139.4	140.9
12	Automotive parts, accessories and services	60.0	85.3	76.2	86.5	58.1
13	General merchandise stores	125.1	266.3	171.3	162.1	127.3
14	Other semi-durable goods stores	37.9	70.2	52.4	48.1	37.3
15	Other durable goods stores	20.0	40.8	26.2	24.0	19.1
16	Other retail stores	71.8	109.0	105.7	93.7	74.6
17	Total, all stores	1,363.4	1,785.9	1,646.7	1,652.7	1,378.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
Ile-du-Prince-Édouard						
9.3	7.3	-1.3	-1.6	1.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.9	-4.9	-0.5	-3.0	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.5	7.2	30.2	28.3	14.9	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	-5.9	7.8	10.6	23.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-38.0	-20.9	16.6	2.9	27.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-0.1	13.9	-0.9	12.3	8.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	12.1	Stations-service	11
-4.5	0.4	-1.3	4.3	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-8.1	-1.4	6.5	3.9	11.2	Magasins de marchandises diverses	13
18.4	6.2	-10.5	-7.0	12.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.4	-6.7	-10.5	10.3	-1.8	Autres magasins de produits durables	15
-1.4	1.7	7.8	0.4	-8.9	Autres magasins de vente au détail	16
0.9	2.5	-0.4	3.1	6.2	Total, ensemble des magasins	17
Nouvelle-Écosse						
8.5	5.1	3.7	-0.3	-4.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.0	0.6	3.2	-0.1	6.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-7.4	-0.3	7.6	10.5	31.0	Magasins de chaussures	4
6.4	-14.8	-9.6	-11.1	4.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
17.2	26.7	21.4	11.2	4.1	Autres magasins de vêtements	7
-10.9	-	2.7	2.4	7.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
7.1	31.6	21.7	22.6	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.6	7.4	-1.8	1.9	24.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-27.2	-28.5	-22.5	-13.1	2.4	Stations-service	11
3.3	3.4	0.9	9.6	12.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.7	1.0	-0.3	-1.2	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
1.6	9.9	4.6	0.6	11.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.0	0.7	-0.2	-2.3	-3.2	Autres magasins de produits durables	15
-3.8	0.9	-0.4	-0.3	5.0	Autres magasins de vente au détail	16
-1.1	1.5	-0.6	-0.2	6.0	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	282.4	308.0	319.6	313.5	310.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	101.6	113.6	96.5	94.3	88.1
4	Shoe stores	5.8	10.8	8.3	8.1	5.2
5	Men's clothing stores	4.8	12.5	7.3	8.3	5.5
6	Women's clothing stores	15.7	32.7	23.1	21.8	15.2
7	Other clothing stores	11.9	26.0	18.7	15.5	12.8
8	Household furniture and appliance stores	31.5	51.7	37.2	34.0	30.8
9	Household furnishings stores	8.8	13.2	11.2	10.4	7.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	223.5	232.3	241.9	323.9	242.6
11	Gasoline service stations	94.4	116.1	123.4	109.3	95.8
12	Automotive parts, accessories and services	65.1	90.6	84.3	82.1	56.7
13	General merchandise stores	97.6	203.8	138.7	139.9	106.6
14	Other semi-durable goods stores	23.6	40.9	30.6	30.9	19.7
15	Other durable goods stores	15.1	33.5	22.3	20.0	14.1
16	Other retail stores	44.0	68.0	64.1	53.9	42.2
17	Total, all stores	1,031.5	1,361.0	1,235.1	1,275.8	1,060.2
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,165.3	3,550.6	3,597.8	3,610.5	3,301.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	663.8	741.8	733.3	745.4	694.5
4	Shoe stores	95.3	186.5	150.7	156.3	95.9
5	Men's clothing stores	66.7	144.8	94.6	116.0	74.0
6	Women's clothing stores	211.0	336.1	281.2	280.9	196.8
7	Other clothing stores	264.4	428.2	339.9	318.8	222.0
8	Household furniture and appliance stores	460.3	627.9	561.8	526.2	375.1
9	Household furnishings stores	106.2	145.8	142.7	138.6	89.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,258.9	2,331.2	2,783.6	3,610.6	2,373.4
11	Gasoline service stations	668.4	735.7	755.1	706.6	709.6
12	Automotive parts, accessories and services	608.3	827.2	731.5	815.2	582.3
13	General merchandise stores	860.8	1,456.9	1,092.1	1,101.0	851.3
14	Other semi-durable goods stores	329.5	489.9	465.5	466.9	292.2
15	Other durable goods stores	219.7	352.5	273.5	274.7	206.5
16	Other retail stores	352.5	543.0	429.9	455.2	329.4
17	Total, all stores	10,641.6	13,251.7	12,768.3	13,661.4	10,682.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
15.2	24.5	21.9	19.4	19.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
12.1	17.3	19.9	22.8	23.2	Magasins de chaussures	4
-12.3	-19.7	-4.9	9.0	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.2	0.2	0.6	-3.0	1.5	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	-11.6	Autres magasins de vêtements	7
2.5	7.8	8.7	2.2	-2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
15.5	18.9	13.2	6.5	5.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	10.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.5	8.0	-	7.3	9.8	Stations-service	11
14.8	18.5	20.7	15.6	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-8.5	3.9	3.4	9.0	13.5	Magasins de marchandises diverses	13
19.6	2.1	-13.6	-10.3	-11.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.2	20.7	30.2	17.0	8.5	Autres magasins de produits durables	15
4.2	2.5	-7.0	-13.0	-7.2	Autres magasins de vente au détail	16
-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	4.5	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-4.1	2.4	5.9	8.0	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-4.4	-7.3	-1.9	1.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.7	6.4	8.1	4.3	7.7	Magasins de chaussures	4
-9.9	-1.9	2.9	2.2	5.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
7.2	15.0	10.0	7.6	14.1	Magasins de vêtements pour dames	6
19.1	17.7	6.8	3.1	1.3	Autres magasins de vêtements	7
22.7	8.0	-1.7	-2.4	-7.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
18.1	4.0	1.9	-7.4	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.8	2.1	1.7	14.3	20.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.8	2.1	4.1	0.1	8.4	Stations-service	11
4.5	6.5	5.5	3.9	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.1	7.0	9.7	8.7	11.8	Magasins de marchandises diverses	13
12.8	16.9	14.8	15.7	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.4	17.6	11.3	11.8	11.1	Autres magasins de produits durables	15
7.0	11.0	6.9	7.0	5.4	Autres magasins de vente au détail	16
-0.4	4.9	4.9	7.8	8.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	3,804.6	4,043.4	3,972.9	3,977.4	3,679.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,077.1	1,247.3	1,130.4	1,115.4	1,072.4
4	Shoe stores	118.8	196.6	164.0	172.2	121.0
5	Men's clothing stores	122.7	242.9	141.9	178.1	132.7
6	Women's clothing stores	289.2	519.7	375.7	380.1	260.0
7	Other clothing stores	357.7	624.5	462.6	378.4	270.4
8	Household furniture and appliance stores	724.5	1,015.2	815.2	725.5	659.5
9	Household furnishings stores	183.2	264.5	246.3	221.0	184.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,381.5	4,684.8	4,503.9	5,321.9	3,874.9
11	Gasoline service stations	1,213.1	1,303.0	1,356.0	1,304.6	1,217.5
12	Automotive parts, accessories and services	980.0	1,265.1	1,142.8	1,216.8	965.8
13	General merchandise stores	1,550.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6	1,451.3
14	Other semi-durable goods stores	478.2	835.8	648.1	648.4	480.1
15	Other durable goods stores	433.0	730.9	541.3	527.6	394.0
16	Other retail stores	969.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1	875.1
17	Total, all stores	17,071.4	21,601.2	19,066.4	19,466.3	15,910.3
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	435.6	480.0	478.5	474.9	459.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	65.4	72.9	63.6	63.7	61.8
4	Shoe stores	8.2	13.8	9.8	10.5	8.0
5	Men's clothing stores	8.3	17.5	10.0	12.7	9.6
6	Women's clothing stores	20.8	37.7	29.4	32.0	23.1
7	Other clothing stores	29.5	55.5	38.8	34.5	26.9
8	Household furniture and appliance stores	53.3	82.6	58.6	55.7	50.1
9	Household furnishings stores	12.1	14.7	13.2	13.3	9.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	333.8	352.7	342.0	403.7	310.4
11	Gasoline service stations	151.9	164.3	170.3	146.9	136.9
12	Automotive parts, accessories and services	65.5	86.7	85.5	95.2	71.9
13	General merchandise stores	188.1	322.8	224.1	223.1	186.7
14	Other semi-durable goods stores	37.3	61.8	45.8	51.5	36.3
15	Other durable goods stores	42.3	71.4	50.3	46.6	33.5
16	Other retail stores	63.5	96.1	76.9	73.0	63.1
17	Total, all stores	1,536.8	1,955.5	1,721.4	1,761.5	1,510.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
3.4	4.6	2.9	2.5	3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.4	2.2	0.6	-1.7	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-1.9	4.4	7.6	11.2	12.9	Magasins de chaussures	4
-7.5	-12.3	-8.5	2.4	12.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.2	11.5	3.6	3.3	-1.9	Magasins de vêtements pour dames	6
32.3	21.1	16.2	11.5	2.0	Autres magasins de vêtements	7
9.9	4.4	1.1	0.6	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-0.6	8.2	13.5	15.7	4.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.1	16.4	11.8	15.2	15.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-0.4	-0.8	-2.7	-2.2	-4.7	Stations-service	11
1.5	11.0	10.3	13.0	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.8	7.7	2.3	2.9	4.0	Magasins de marchandises diverses	13
-0.4	2.6	9.5	4.7	3.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
9.9	7.1	7.5	3.4	3.3	Autres magasins de produits durables	15
10.7	13.6	11.3	3.1	2.2	Autres magasins de vente au détail	16
7.3	8.6	6.4	6.3	5.0	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
-5.3	0.5	-	-0.3	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.9	2.3	-1.9	-4.2	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.1	11.1	-1.1	3.4	4.9	Magasins de chaussures	4
-13.5	-18.8	-16.2	-5.2	4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.9	-8.5	-9.6	-3.9	-3.7	Magasins de vêtements pour dames	6
9.7	13.8	14.0	6.0	-3.3	Autres magasins de vêtements	7
6.3	6.8	-5.7	6.8	2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
22.0	0.3	2.3	20.2	21.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.5	9.7	3.2	12.7	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.0	11.4	13.9	4.1	1.7	Stations-service	11
-9.0	-8.9	-5.4	3.3	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.8	6.8	3.8	3.4	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
2.6	5.2	-1.2	-7.6	6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
26.5	26.3	12.9	2.1	0.4	Autres magasins de produits durables	15
0.7	8.1	8.5	3.8	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.7	5.1	2.7	3.9	5.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	355.3	373.7	388.4	383.8	345.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	84.3	108.3	105.2	109.7	106.4
4	Shoe stores	7.4	12.1	9.7	9.6	6.8
5	Men's clothing stores	6.3	14.3	8.2	11.0	8.6
6	Women's clothing stores	17.5	30.3	23.2	23.9	17.6
7	Other clothing stores	24.1	46.1	31.1	26.6	21.4
8	Household furniture and appliance stores	48.9	66.8	48.7	44.7	40.8
9	Household furnishings stores	14.4	20.1	16.0	15.1	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	315.4	371.5	327.6	362.7	286.4
11	Gasoline service stations	121.7	132.8	146.5	131.6	112.9
12	Automotive parts, accessories and services	92.1	131.5	126.9	131.7	90.7
13	General merchandise stores	159.3	258.1	181.9	183.3	148.3
14	Other semi-durable goods stores	34.9	60.1	45.9	52.7	38.6
15	Other durable goods stores	27.3	48.7	38.4	41.1	29.6
16	Other retail stores	51.5	77.3	69.2	63.9	48.1
17	Total, all stores	1,370.1	1,763.4	1,576.9	1,602.2	1,324.2
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,258.2	1,378.9	1,369.5	1,348.9	1,274.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.9	302.0	262.0	266.3	278.3
4	Shoe stores	29.4	44.9	39.3	32.5	23.8
5	Men's clothing stores	30.7	55.9	31.1	40.5	37.7
6	Women's clothing stores	77.6	137.9	96.3	89.4	69.1
7	Other clothing stores	102.2	185.7	140.4	115.9	88.2
8	Household furniture and appliance stores	234.0	330.0	254.6	252.5	229.9
9	Household furnishings stores	47.0	60.9	59.4	55.6	52.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,104.2	1,108.0	1,224.2	1,510.8	1,065.1
11	Gasoline service stations	325.8	387.7	448.9	403.2	336.6
12	Automotive parts, accessories and services	273.8	392.8	365.9	379.8	281.8
13	General merchandise stores	445.5	758.1	527.4	517.4	428.7
14	Other semi-durable goods stores	125.1	220.3	197.1	199.0	153.5
15	Other durable goods stores	119.8	209.8	174.3	150.1	113.1
16	Other retail stores	233.7	357.5	295.6	274.3	219.3
17	Total, all stores	4,692.2	5,977.8	5,520.7	5,671.9	4,684.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
2.7	1.4	4.6	8.0	4.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-20.8	4.5	17.3	22.5	18.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.7	27.0	16.3	11.9	6.0	Magasins de chaussures	4
-27.4	-10.4	-3.9	17.4	14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.6	3.2	0.9	-13.1	-22.1	Magasins de vêtements pour dames	6
12.8	23.8	12.4	-0.3	-10.5	Autres magasins de vêtements	7
19.9	21.3	24.4	28.7	14.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.3	19.3	2.9	0.3	4.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	21.7	12.0	13.2	14.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.8	7.1	9.6	9.4	4.8	Stations-service	11
1.5	41.0	34.4	35.5	28.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.5	5.4	3.7	5.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
-9.7	-4.2	-1.6	2.8	0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-7.9	-14.2	-8.1	4.4	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
7.0	-7.6	4.5	-0.7	-4.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.5	9.0	9.1	10.8	7.6	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
-1.2	1.6	4.1	6.0	8.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-9.1	-8.7	-6.6	-0.3	5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
23.5	35.4	26.5	12.7	9.6	Magasins de chaussures	4
-18.7	-24.7	-29.3	-10.0	11.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.3	18.9	-10.4	-11.5	-6.2	Magasins de vêtements pour dames	6
15.8	20.0	16.7	12.8	-0.2	Autres magasins de vêtements	7
1.8	2.7	-4.7	-0.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-10.6	-11.1	-1.7	-2.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.7	10.6	22.4	30.5	20.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-3.2	1.4	4.5	6.1	-0.2	Stations-service	11
-2.8	18.0	14.9	19.5	12.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.9	2.7	-0.2	-4.2	-2.9	Magasins de marchandises diverses	13
-18.5	-4.1	4.8	-6.8	5.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.9	6.9	9.8	0.1	-0.1	Autres magasins de produits durables	15
6.5	24.1	9.1	6.3	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
0.2	5.4	6.9	9.4	8.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventés				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.						
British Columbia		millions of dollars - millions de dollars				
1	Supermarkets and grocery stores	1,652.5	1,815.6	1,768.3	1,692.3	1,546.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	369.4	439.4	379.4	360.9	361.5
4	Shoe stores	42.9	59.5	56.1	51.3	41.3
5	Men's clothing stores	46.9	86.4	52.5	49.8	40.5
6	Women's clothing stores	107.5	169.0	133.0	119.1	94.4
7	Other clothing stores	132.0	214.9	163.7	134.9	110.2
8	Household furniture and appliance stores	304.4	444.9	339.9	312.1	288.9
9	Household furnishings stores	87.8	109.7	99.5	89.1	87.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,735.5	1,638.9	1,856.9	1,805.5	1,398.5
11	Gasoline service stations	450.3	492.5	561.4	484.4	419.1
12	Automotive parts, accessories and services	280.1	315.8	315.9	307.2	279.2
13	General merchandise stores	624.3	1,024.5	743.2	730.9	605.8
14	Other semi-durable goods stores	214.8	356.5	298.6	298.8	215.5
15	Other durable goods stores	202.7	303.4	255.6	246.4	214.7
16	Other retail stores	351.8	479.0	446.5	395.2	330.5
17	Total, all stores	6,721.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7	6,131.2
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	40.5	45.0	44.9	44.5	38.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	0.9	1.4	1.1	1.2	0.8
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.0	5.1	4.0	3.8	3.6
9	Household furnishings stores	1.1	1.5	1.4	1.3	1.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	17.2	16.8	18.0	20.5	15.6
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	44.0	57.6	48.4	51.6	43.7
14	Other semi-durable goods stores	4.5	8.1	7.4	6.1	4.2
15	Other durable goods stores	3.3	5.7	6.6	6.2	3.3
16	Other retail stores	7.6	10.7	10.6	9.0	7.6
17	Total, all stores	149.3	183.3	177.6	174.9	143.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
6.9	10.9	8.9	10.1	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	2.5	5.0	5.6	11.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.9	14.1	16.6	14.0	12.1	Magasins de chaussures	4
15.7	12.5	16.7	13.8	11.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
13.9	15.5	12.9	7.6	5.3	Magasins de vêtements pour dames	6
19.8	22.4	19.3	17.2	5.7	Autres magasins de vêtements	7
5.3	21.3	13.1	19.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.7	-13.8	-13.3	-17.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
24.1	30.3	28.2	18.8	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.5	1.5	-0.2	-2.2	-7.5	Stations-service	11
0.3	-3.1	-4.2	-2.5	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.1	2.3	6.2	6.1	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
-0.3	19.5	18.1	12.5	19.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.6	-6.5	10.3	21.3	31.7	Autres magasins de produits durables	15
6.4	8.6	6.7	6.8	5.3	Autres magasins de vente au détail	16
9.6	11.4	11.8	10.0	7.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
6.7	6.9	5.3	10.6	11.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.1	12.0	-2.3	13.4	-0.7	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
10.8	21.7	6.6	21.3	47.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.3	-4.9	0.1	-9.9	-8.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.1	4.9	-	13.7	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.5	6.7	6.4	10.7	19.8	Magasins de marchandises diverses	13
7.1	32.3	14.9	14.3	16.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.8	22.7	45.7	40.2	17.4	Autres magasins de produits durables	15
0.8	-4.6	-1.3	-13.1	0.8	Autres magasins de vente au détail	16
4.2	8.6	8.1	10.5	14.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	11.9	13.1	14.5	14.0	12.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	..	3.3	2.1	1.7	1.8
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.3	6.5	6.4	8.7	5.3
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	1.6	3.5	4.2	3.1	1.9
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	42.9	54.3	59.2	55.5	42.6
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	28.6	32.0	30.4	30.5	25.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.4	1.7	1.9	2.1	1.8
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.8	10.2	11.6	11.8	10.3
11	Gasoline service stations	4.0	4.1	4.9	4.3	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	2.8	4.7	3.1	3.1	2.3
15	Other durable goods stores	1.8	2.7	2.6	2.4	1.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	106.4	129.0	118.4	119.3	100.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2	Quarter 1 1994 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	121.8	77.2	72.9	225.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.8	-5.1	-2.1	7.5	-7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-13.9	44.4	23.1	37.7	52.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
0.6	4.8	2.3	2.6	4.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
11.8	12.6	13.9	22.8	21.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-24.1	-34.5	-25.4	-3.0	-3.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.1	12.4	1.1	18.8	28.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.8	36.4	92.8	54.7	55.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
24.8	24.6	5.3	-2.2	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.2	-2.6	11.4	-2.0	4.9	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.7	10.3	11.3	14.7	18.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	88.1	94.4	94.9	96.3
2	All other food stores	78.1	88.1	89.3	89.7
3	Drugs and patent medicine stores	88.4	89.9	95.6	95.3
4	Shoe stores	84.5	88.6	97.0	95.8
5	Men's clothing stores	91.4	92.5	95.0	95.5
6	Women's clothing stores	82.5	90.7	92.5	91.6
7	Other clothing stores	89.9	92.4	92.0	95.9
8	Household furniture and appliance stores	91.8	96.1	95.0	95.8
9	Household furnishings stores	90.4	91.2	93.4	93.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.7	96.3	96.8	97.3
11	Gasoline service stations	91.4	95.3	94.7	94.5
12	Automotive parts, accessories and services	89.0	92.0	92.1	91.7
13	General merchandise stores	99.1	99.5	99.5	99.6
14	Other semi-durable goods stores	91.3	92.5	93.4	93.9
15	Other durable goods stores	86.4	94.2	94.6	95.1
16	Other retail stores	95.7	97.2	97.7	96.5
17	Total, all stores	91.9	94.8	95.6	96.0
Regions					
18	Newfoundland	95.3	97.1	97.5	98.0
19	Prince Edward Island	94.8	95.6	96.3	96.1
20	Nova Scotia	92.7	95.4	95.8	95.6
21	New Brunswick	94.8	95.4	96.7	96.8
22	Quebec	93.0	95.4	96.5	96.3
23	Ontario	87.5	92.5	94.3	94.7
24	Manitoba	93.7	95.8	97.4	97.0
25	Saskatchewan	96.3	96.9	97.5	97.6
26	Alberta	93.7	95.6	95.7	96.3
27	British Columbia	97.6	98.1	96.2	98.0
28	Yukon	86.8	91.2	93.0	93.9
29	Northwest Territories	90.2	90.8	91.2	91.3

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
2.5	2.3	2.4	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
7.7	6.4	6.9	8.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.1	2.0	2.1	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.2	3.0	4.4	4.3	Magasins de chaussures 4
3.8	4.2	4.5	4.8	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.9	4.3	4.3	3.9	Magasins de vêtements pour dames 6
6.7	6.6	6.8	7.0	Autres magasins de vêtements 7
3.5	3.9	4.6	5.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.9	4.9	5.5	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5.8	4.6	4.1	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.1	4.2	4.4	4.2	Stations-service 11
2.8	2.8	3.0	3.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.6	0.6	0.7	1.2	Magasins de marchandises diverses 13
3.8	3.6	3.9	3.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.3	4.6	4.0	4.2	Autres magasins de produits durables 15
2.9	2.0	2.5	4.1	Autres magasins de vente au détail 16
1.8	1.4	1.3	1.4	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
2.4	2.2	2.4	2.4	Terre-Neuve 18
2.2	2.1	2.1	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
3.7	4.2	3.8	3.6	Nouvelle-Écosse 20
2.6	2.5	2.3	2.5	Nouveau-Brunswick 21
2.4	2.5	2.6	2.6	Québec 22
4.1	2.8	2.8	3.0	Ontario 23
3.8	3.5	3.7	3.8	Manitoba 24
2.5	2.5	2.5	2.5	Saskatchewan 25
5.1	5.8	3.5	4.1	Alberta 26
2.1	2.0	2.1	2.3	Colombie-Britannique 27
0.9	1.0	0.7	1.1	Yukon 28
2.4	2.2	2.4	2.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,194.2	4,205.5	4,135.5	4,190.8	4,165.8	4,216.1	4,171.3
2 All other food stores	361.2	362.3	355.6	350.2	355.1	339.7	321.4
3 Drugs and patent medicine stores	985.9	987.6	976.5	985.2	995.5	993.3	994.3
4 Shoe stores	152.8	139.4	153.8	147.9	143.1	149.0	150.7
5 Men's clothing stores	133.6	131.2	134.7	146.2	140.0	136.7	132.9
6 Women's clothing stores	360.6	339.5	351.4	352.8	356.8	359.3	350.3
7 Other clothing stores	442.7	444.4	441.2	447.9	438.7	433.5	428.6
8 Household furniture and appliance stores	721.4	750.3	749.8	763.8	770.8	782.4	745.0
9 Household furnishings stores	188.4	194.2	193.1	193.2	193.6	191.5	194.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,967.0	3,965.6	3,997.5	4,050.1	4,111.0	4,138.8	4,068.5
11 Gasoline service stations	1,270.6	1,216.5	1,193.6	1,186.4	1,137.0	1,184.2	1,185.9
12 Automotive parts, accessories and service	948.1	923.9	965.7	978.0	1,010.0	1,017.9	1,016.1
13 General merchandise stores	1,878.9	1,843.7	1,848.8	1,857.5	1,854.4	1,836.6	1,806.2
14 Other semi-durable goods stores	601.8	595.8	594.8	589.2	596.5	598.1	609.8
15 Other durable goods stores	469.6	478.4	479.3	474.4	489.4	468.4	479.2
16 Other retail stores	951.3	947.1	896.2	932.9	955.8	919.8	921.3
17 Total, all stores	17,628.2	17,525.3	17,467.5	17,646.5	17,713.3	17,765.2	17,576.2
Regions							
18 Newfoundland	292.1	298.0	287.4	288.0	285.4	286.1	284.0
19 Prince Edward Island	76.0	73.2	73.1	74.4	73.3	73.0	72.4
20 Nova Scotia	539.1	547.3	526.4	540.7	543.2	545.1	542.6
21 New Brunswick	415.1	412.6	407.1	411.1	408.8	419.9	410.9
22 Quebec	4,088.7	4,126.0	4,114.4	4,136.2	4,230.9	4,261.8	4,234.6
23 Ontario	6,601.1	6,451.8	6,545.3	6,640.5	6,639.6	6,609.3	6,550.9
24 Manitoba	617.3	602.6	597.0	595.5	586.2	595.2	583.8
25 Saskatchewan	537.7	533.4	512.4	532.6	532.0	532.3	531.9
26 Alberta	1,850.2	1,822.1	1,802.3	1,821.8	1,814.1	1,853.7	1,816.3
27 British Columbia	2,550.9	2,598.0	2,543.1	2,547.2	2,541.6	2,530.2	2,491.5
28 Yukon	18.2	18.0	17.9	17.8	17.5	18.2	17.5
29 Northwest Territories	41.8	42.2	41.1	40.7	40.6	40.4	39.9

TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,141.7	4,116.3	4,166.7	4,195.6	4,142.5	4,158.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
335.4	327.8	328.4	322.0	313.8	291.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,004.8	1,010.0	1,005.6	1,002.1	1,000.3	999.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
145.1	143.2	159.5	148.3	145.1	147.2	Magasins de chaussures	4
134.0	134.9	139.0	140.4	143.0	141.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
349.9	342.2	342.5	338.3	339.1	328.7	Magasins de vêtements pour dames	6
407.5	416.9	422.4	403.3	399.1	383.8	Autres magasins de vêtements	7
753.2	727.3	722.8	723.9	723.6	719.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.9	193.3	192.3	192.7	188.7	188.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,102.0	4,037.8	3,806.6	3,751.0	4,024.1	3,890.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,171.6	1,181.3	1,192.7	1,193.3	1,189.6	1,180.2	Stations-service	11
995.3	978.1	992.8	991.3	985.8	963.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,814.3	1,760.0	1,843.4	1,779.5	1,799.4	1,773.1	Magasins de marchandises diverses	13
611.5	601.7	613.4	607.0	598.6	595.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
465.5	456.6	478.4	474.8	472.5	469.0	Autres magasins de produits durables	15
919.6	907.1	894.8	904.2	882.5	871.9	Autres magasins de vente au détail	16
17,544.5	17,334.3	17,301.3	17,167.9	17,347.7	17,102.5	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
287.1	285.7	283.9	283.9	287.7	283.4	Terre-Neuve	18
74.6	71.9	71.5	70.7	71.6	71.8	Île-du-Prince-Édouard	19
541.6	535.2	534.3	535.3	535.4	527.4	Nouvelle-Écosse	20
409.6	394.4	400.4	405.1	415.8	411.7	Nouveau-Brunswick	21
4,173.8	4,175.2	4,214.0	4,165.4	4,247.7	4,216.4	Québec	22
6,517.0	6,420.4	6,358.2	6,298.0	6,364.7	6,246.4	Ontario	23
590.9	574.1	581.7	573.7	582.3	556.6	Manitoba	24
547.1	530.3	524.2	523.1	520.8	515.1	Saskatchewan	25
1,836.9	1,781.4	1,829.2	1,824.4	1,845.0	1,823.5	Alberta	26
2,508.4	2,509.1	2,447.5	2,432.0	2,420.3	2,393.6	Colombie-Britannique	27
17.5	17.5	17.4	17.7	17.4	17.6	Yukon	28
39.9	39.2	38.8	38.6	38.9	39.0	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,234.1	4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1
2 All other food stores	366.6	368.8	335.3	291.5	291.2	410.9	299.8
3 Drugs and patent medicine stores	977.0	937.4	976.9	890.7	947.3	1,248.4	991.3
4 Shoe stores	165.5	142.7	123.3	88.0	107.2	209.9	175.0
5 Men's clothing stores	132.9	122.5	103.5	87.2	105.2	298.3	162.2
6 Women's clothing stores	369.6	322.7	295.8	223.4	249.8	600.8	375.7
7 Other clothing stores	395.6	392.2	368.6	281.5	304.4	742.7	487.1
8 Household furniture and appliance stores	658.5	674.7	685.2	584.8	645.8	1,145.3	806.4
9 Household furnishings stores	191.8	175.0	177.9	148.4	148.0	237.0	217.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,050.4	4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0
11 Gasoline service stations	1,293.2	1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2
12 Automotive parts, accessories and service	1,073.3	902.2	893.0	744.6	836.6	1,134.6	1,122.0
13 General merchandise stores	1,824.3	1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8
14 Other semi-durable goods stores	682.6	537.8	471.5	416.4	425.0	961.0	650.4
15 Other durable goods stores	457.0	424.2	386.1	336.9	369.4	924.4	483.0
16 Other retail stores	949.1	861.4	782.2	691.9	695.5	1,445.8	881.5
17 Total, all stores	18,821.4	17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0
Regions							
18 Newfoundland	302.6	284.4	271.7	220.5	222.2	369.3	304.7
19 Prince Edward Island	79.5	67.3	64.3	55.7	57.9	89.3	72.9
20 Nova Scotia	563.8	525.1	504.5	420.1	438.8	692.9	556.9
21 New Brunswick	441.4	396.8	383.5	322.3	325.6	517.2	435.5
22 Quebec	4,581.4	4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2
23 Ontario	6,998.4	6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1
24 Manitoba	644.4	590.0	571.2	480.5	485.1	760.8	606.3
25 Saskatchewan	563.8	517.5	493.7	428.6	447.8	661.6	552.3
26 Alberta	1,941.3	1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7
27 British Columbia	2,641.9	2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4
28 Yukon	19.8	16.4	16.3	13.5	13.1	20.4	16.6
29 Northwest Territories	43.1	41.2	40.1	33.1	33.2	48.5	40.3

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,071.6	4,197.2	4,112.4	4,449.7	4,285.7	4,164.5	20,074.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
326.2	326.2	334.0	357.9	337.7	300.2	1,653.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,012.8	1,008.6	998.9	963.5	999.2	978.8	4,729.3	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
160.2	159.8	160.0	134.9	148.1	157.0	626.7	Magasins de chaussures	4
137.5	126.6	112.7	118.2	148.9	136.2	551.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
353.3	362.9	322.4	322.4	340.5	332.7	1,461.2	Magasins de vêtements pour dames	6
423.4	453.3	433.9	357.2	377.5	350.6	1,742.4	Autres magasins de vêtements	7
770.9	763.7	719.1	709.8	708.5	656.0	3,249.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
199.3	200.5	209.1	201.1	201.0	187.9	841.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,934.8	3,989.8	3,900.4	3,943.1	4,844.1	4,791.6	20,151.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,209.4	1,210.8	1,302.1	1,311.5	1,253.9	1,196.1	5,639.3	Stations-service	11
1,002.8	962.2	1,001.1	1,027.9	1,103.9	1,073.2	4,449.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,875.9	1,701.7	1,776.6	1,619.9	1,725.4	1,680.0	7,693.4	Magasins de marchandises diverses	13
583.1	593.6	630.6	610.5	641.9	663.1	2,533.2	Autres magasins de produits semi- durables	14
413.0	452.8	481.4	469.0	479.9	455.7	1,973.7	Autres magasins de produits durables	15
879.7	912.5	918.2	1,008.0	934.3	863.1	3,980.1	Autres magasins de vente au détail	16
17,354.0	17,422.3	17,412.9	17,604.7	18,530.6	17,986.9	81,349.4	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
282.9	287.5	294.1	298.7	301.3	288.9	1,301.3	Terre-Neuve	18
72.7	73.8	79.5	81.8	78.9	74.4	324.7	Île-du-Prince-Édouard	19
536.1	542.7	546.8	557.2	575.3	544.8	2,452.3	Nouvelle-Écosse	20
408.2	396.5	411.8	426.8	444.8	429.0	1,869.7	Nouveau-Brunswick	21
4,095.7	4,196.8	4,260.3	4,311.2	4,645.7	4,660.1	19,423.5	Québec	22
6,455.2	6,457.4	6,260.0	6,349.0	6,825.3	6,500.1	30,235.5	Ontario	23
588.4	569.8	573.8	577.9	611.8	578.3	2,771.2	Manitoba	24
549.4	521.0	526.0	529.9	549.4	527.4	2,451.4	Saskatchewan	25
1,811.1	1,783.6	1,861.9	1,875.2	1,944.4	1,890.6	8,414.8	Alberta	26
2,496.6	2,537.9	2,539.1	2,534.4	2,490.5	2,436.1	11,835.2	Colombie-Britannique	27
17.3	17.7	20.4	21.1	20.4	18.2	79.1	Yukon	28
40.2	37.9	39.1	41.5	42.7	39.1	190.8	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	87.5	84.3	77.6	64.2	380.0
Prince Edward Island	22.8	20.1	18.7	16.1	94.0
Nova Scotia	159.8	151.4	142.8	120.3	700.5
New Brunswick	133.6	119.1	115.4	99.2	569.2
Quebec	1,478.3	1,327.2	1,217.0	986.6	6,083.2
Ontario	2,143.2	1,999.9	1,948.1	1,649.6	9,477.7
Manitoba	193.1	180.6	176.0	141.9	839.0
Saskatchewan	172.1	161.0	150.4	130.9	757.5
Alberta	587.4	547.0	533.9	448.9	2,598.6
British Columbia	849.1	797.8	778.1	657.7	3,779.6
Yukon	5.8	5.1	4.9	4.4	24.3
Northwest Territories	22.2	21.6	20.0	17.1	97.5
Total	5,854.7	5,415.2	5,182.7	4,336.9	25,401.1

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	87.5	84.3	77.6	64.2	66.4	169.8	127.0
Prince Edward Island	22.8	20.1	18.7	16.1	16.3	37.8	25.8
Nova Scotia	159.8	151.4	142.8	120.3	126.3	304.1	207.1
New Brunswick	133.6	119.1	115.4	99.2	101.8	229.1	167.0
Quebec	1,478.3	1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9
Ontario	2,143.2	1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6
Manitoba	193.1	180.6	176.0	141.9	147.5	328.4	222.6
Saskatchewan	172.1	161.0	150.4	130.9	143.1	283.7	198.0
Alberta	587.4	547.0	533.9	448.9	481.5	1,019.8	680.6
British Columbia	849.1	797.8	778.1	657.7	696.8	1,399.7	944.6
Yukon	5.8	5.1	4.9	4.4	4.1	8.6	6.2
Northwest Territories	22.2	21.6	20.0	17.1	16.7	27.4	22.2
Total	5,854.7	5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
1.2	-1.5	-4.3	-2.0	-1.9	Terre-Neuve
3.4	0.8	-2.6	0.7	-0.2	Île-du-Prince-Édouard
6.1	2.2	-1.6	0.3	1.7	Nouvelle-Écosse
3.2	0.1	0.7	4.7	2.7	Nouveau-Brunswick
5.3	2.4	4.7	5.3	4.9	Québec
4.7	2.5	4.0	5.8	5.0	Ontario
5.8	2.7	2.5	4.8	4.3	Manitoba
1.0	-6.5	-8.6	1.6	-2.1	Saskatchewan
2.1	-2.4	-1.6	-0.4	-0.5	Alberta
5.7	2.2	1.6	3.9	3.7	Colombie-Britannique
-5.6	-17.5	-6.6	-1.2	-7.9	Yukon
5.2	5.2	4.5	3.1	3.8	Territoires du Nord-Ouest
4.6	1.5	2.3	4.2	3.7	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
101.8	94.4	97.8	91.1	92.3	86.5	380.0	Terre-Neuve
22.8	23.8	27.4	25.7	23.9	22.1	94.0	Île-du-Prince-Édouard
172.2	168.2	166.3	155.4	159.4	150.6	700.5	Nouvelle-Écosse
142.7	130.2	137.4	126.2	134.7	129.4	569.2	Nouveau-Brunswick
1,376.4	1,381.6	1,409.2	1,344.5	1,425.3	1,404.0	6,083.2	Québec
2,232.9	2,199.1	2,133.7	2,025.9	2,154.3	2,046.5	9,477.7	Ontario
199.9	180.9	190.7	172.0	185.2	182.5	839.0	Manitoba
183.3	168.0	176.1	164.0	175.3	170.4	757.5	Saskatchewan
605.2	584.1	630.0	567.7	583.0	575.4	2,598.6	Alberta
864.0	866.9	848.5	806.1	809.4	803.5	3,779.6	Colombie-Britannique
6.2	6.4	7.4	7.2	6.9	6.1	24.3	Yukon
22.2	20.0	20.1	20.6	21.3	21.0	97.5	Territoires du Nord-Ouest
5,929.5	5,823.6	5,844.6	5,506.6	5,771.0	5,598.1	25,401.1	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,821.4	4.6	15,766.6	1.5
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLERAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonné					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1993:					
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
1994:					
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
1995:					
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,467.5	-1.0	14,815.1	-1.3	Mars
118.7	17,525.3	0.3	14,770.2	-0.3	Avril
119.0	17,628.2	0.6	14,813.3	0.3	Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Statistics Canada



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



 (613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Signature _____

Expiry Date				

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.


 **Purchase Order Number** _____
(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

► **Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

 GST Registration # R121491807

 Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics
CanadaStatistique
Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

ENVOYEZ À:



Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

COMPOSEZ:



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte
VISA ou MasterCard. De
l'extérieur du Canada et des
États-Unis, composez le
(613) 951-7277. Veuillez ne
pas envoyer de confirmation.

TÉLÉCOPIEZ AU:



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de
commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de
confirmation; le bon télé-
copié tient lieu de com-
mande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte

☐ VISA

☐ MasterCard

N° de carte

Signature

Date d'expiration

☐ Paiement inclus

\$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Veuillez vous assurer de remplir le bon au complet.

Numéro au
catalogue

Titre

Édition
demandée
ou
Inscrire
"A" pour les
abonnements

Abonnement annuel ou
prix de la publication

Canada
\$

États-
Unis
\$ US

Autres
pays
\$ US

Quantité

Total
\$

▶ Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont
donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger
paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

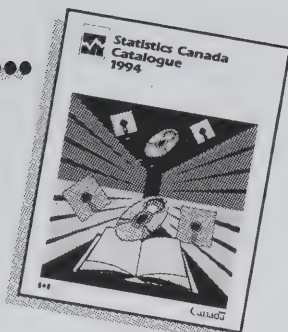
From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

... the **1994 Statistics Canada Catalogue** will help you get your bearings...

The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section – so you can immediately flip to the information you need.

... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

Statistics Canada
Marketing Division
Sales and Service
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax:

(613) 951-1584

Call toll-free:

1-800-267-6677

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

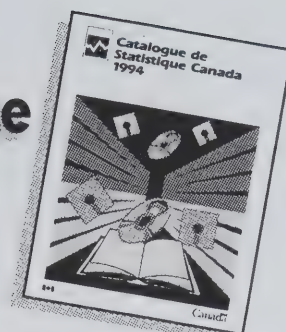
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et



conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section – pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPF.

Écrivez à :

Statistique Canada
Division du marketing
Vente et service
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584

Appels sans frais :

1-800-267-6677

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).



✓ **Identify
Emerging Trends**

✓ **Define New
Markets**

✓ **Pinpoint Profit
Opportunities**

✓ **Dégagez les
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les
possibilités de profit**

To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

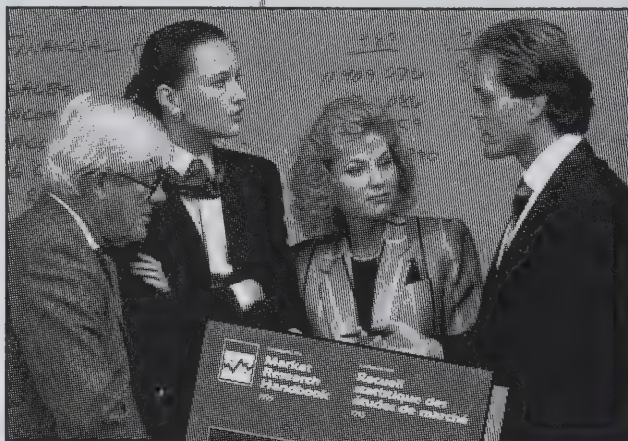
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
 - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
 - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
 - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

June 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Juin 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,

Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired**

1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)**

1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,

Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants**

1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)**

1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

June 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Juin 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

September 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 6

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Septembre 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 6

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact John Svab (613) 951-3549, Monthly Retail Trade Section.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549, Section mensuelle du commerce de détail.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Retail sales rose 0.6% to \$17.8 billion in June, the third straight monthly increase. Increases in April, May and June offset declines in the first three months of the year, returning retail sales to the December 1994 level.

Retail sales fell in each month of the first quarter of 1995. This contrasted with the second quarter (+0.2%), when sales grew in all months, especially May and June.

June's increase was evident in three of the seven sectors, accounting for 52.7% of total retail sales. The automotive, general merchandise, and clothing sectors reported the strongest growth. Decreases were reported in the food and drug sectors, while sales in the furniture sector remained almost unchanged.

Encouraged by lower interest rates, auto sales led the gain

Sales in the automotive sector rose 1.9% in June, their second consecutive monthly gain. Strong sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers and by retailers of parts, accessories and services were partly offset by lower sales at gasoline service stations.

Sales by new and used motor vehicle dealers increased an impressive 3.0%, the strongest monthly increase since September 1994 and the second consecutive monthly gain. June's increase coincided with recent declines in the interest rate and incentives from car manufacturers; both may have drawn more consumers to the dealerships.

Gasoline service station sales dropped 2.0% after a 3.6% gain in May. This decline was mainly attributable to a drop in gas prices, the first after four months of increases.

FAITS SAILLANTS

Les ventes au détail ont augmenté de 0.6% pour atteindre \$17.8 milliards en juin, un troisième hausse mensuelle consécutive. Les augmentations des trois derniers mois ont contrebalancé les baisses des trois premiers mois de l'année. Les ventes au détail reviennent au niveau atteint en décembre 1994.

Les ventes ont chuté chaque mois au premier trimestre de 1995, ce qui diffère de l'augmentation de 0.2% observée au deuxième trimestre de 1995, les ventes ayant augmenté à tous les mois, spécialement en mai et en juin.

La hausse des ventes au détail en juin s'est fait sentir dans trois des sept secteurs, représentant 52.7% des ventes totales. Les secteurs de l'automobile, des magasins de marchandises diverses et du vêtement ont inscrit les plus fortes augmentations. Des diminutions sont à signaler dans les secteurs des aliments et des pharmacies. Les ventes dans le secteur du meuble sont demeurées pratiquement inchangées.

Encouragées par des taux d'intérêt à la baisse, les ventes d'automobiles ont dominé la hausse

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont augmenté de 1.9% en juin, un deuxième gain mensuel consécutif. Les ventes plus élevées des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion et des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services ont été partiellement atténuées par des ventes plus faibles dans les stations-services.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion ont enregistré une impressionnante hausse de 3.0% en juin, la plus importante augmentation mensuelle depuis septembre 1994 et une deuxième hausse mensuelle consécutive. La hausse de juin coïncide avec la baisse récente des taux d'intérêt et les rabais des constructeurs, qui ont pu attirer plus de consommateurs chez les concessionnaires.

Les ventes des stations-service ont chuté de 2.0% en juin après une hausse de 3.6% en mai. Cette diminution est attribuable à la baisse du prix de l'essence, la première après quatre mois d'augmentation.

For a second consecutive month, the general merchandise sector also contributed to the overall gain. Retailers reported a solid 1.5% gain following a 1.8% rise in May. The trend in sales has been increasing steadily since mid-1993. Compared with May and June 1994, sales in the general merchandise sector were up 6.2%.

Clothing shoppers were also active in June as sales advanced 2.1%. Purchases of women's clothing (accounting for over 30% of total clothing sales) grew 4.9% after a strong 7.2% rise in May. Purchases of men's clothing rose 2.2%, the second consecutive monthly increase.

In contrast, spending in the food sector dropped 0.9% in June after a decline of 0.2% in May. Food retailers' sales, an important contributor to the overall growth in retail sales since early 1992, declined in the three-month period from April to June.

Sales were up in most provinces in the first half of the year

In the first half of 1995, retail sales advanced a significant 9.1% in British Columbia and 6.2% in Ontario, well above the 3.6% national gain. The increases in both provinces were dominated by the automobile, clothing and food sectors. In the auto sector, sales by new and used vehicle dealers rose 9.1% in Ontario and a robust 19.8% in British Columbia. Clothing retailers in both provinces also reported strong growth (+8.1% in Ontario and +14.9% in British Columbia).

A 1.5% sales drop in Quebec was due to lower sales in the automotive, food and drug sectors. Weak sales in the auto sector were attributable to an 8.5% drop in new and used vehicle sales. Also in the first half of 1995, sales in the food and drug sectors declined a significant 4.0% and 8.1% respectively.

Pour un deuxième mois d'affilée, le secteur des marchandises diverses a aussi contribué à la hausse générale. En juin, les détaillants ont connu une hausse de 1.5% faisant suite à un gain de 1.8% en mai. La tendance des ventes continue d'augmenter depuis la moitié de 1993. Comparées à celles de mai et de juin 1994, les ventes du secteur des marchandises diverses sont supérieures de 6.2%.

Les consommateurs de vêtements ont aussi été actifs en juin puisque les ventes ont augmenté de 2.1%. Les achats de vêtements pour dames, représentant plus de 30% des ventes totales du secteur, ont augmenté de 4.9% en juin après une forte augmentation de 7.2% en mai. Les achats de vêtements pour hommes ont grimpé de 2.2%, une deuxième augmentation mensuelle consécutive.

Faisant contraste, les dépenses dans le secteur des aliments ont chuté de 0.9% en juin. Les ventes ont baissé de 0.2% le mois d'avant. Les ventes des détaillants en alimentation, qui ont été un facteur important de la croissance totale des ventes au détail depuis le début de 1992, ont diminué au cours des trois derniers mois (avril à juin).

Des ventes supérieures dans la plupart des provinces durant la première moitié de l'année

Durant la première moitié de l'année 1995, les ventes au détail en Colombie-Britannique et en Ontario ont augmenté fortement de 9.1% et de 6.2% respectivement et sont supérieures à la hausse de 3.6% enregistrée au niveau national. Dans chaque province, les augmentations ont été généralement dominées par les secteurs de l'automobile, du vêtement et de l'alimentation. Dans le secteur de l'automobile, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion ont grimpé de 9.1% en Ontario et de 19.8% en Colombie-Britannique. Les détaillants de vêtements ont aussi enregistré de fortes croissances dans ces deux provinces (8.1% en Ontario et 14.9% en Colombie-Britannique).

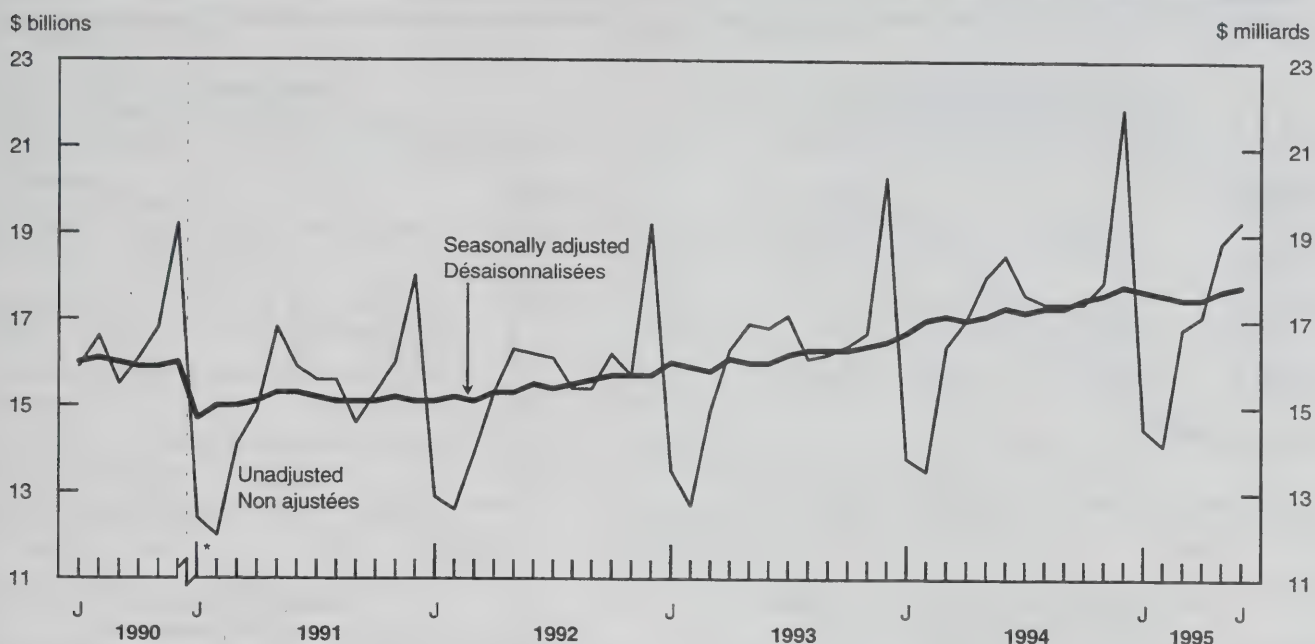
La baisse de 1.5% des ventes de la province de Québec est attribuable à des ventes plus faibles dans les secteurs de l'automobile, de l'alimentation et des pharmacies. La faiblesse des ventes dans le secteur de l'automobile provient de la chute de 8.5% des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion. De plus, les ventes du secteur des aliments et des pharmacies ont baissé fortement de 4.0% et de 8.1% respectivement durant la première moitié de l'année 1995.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

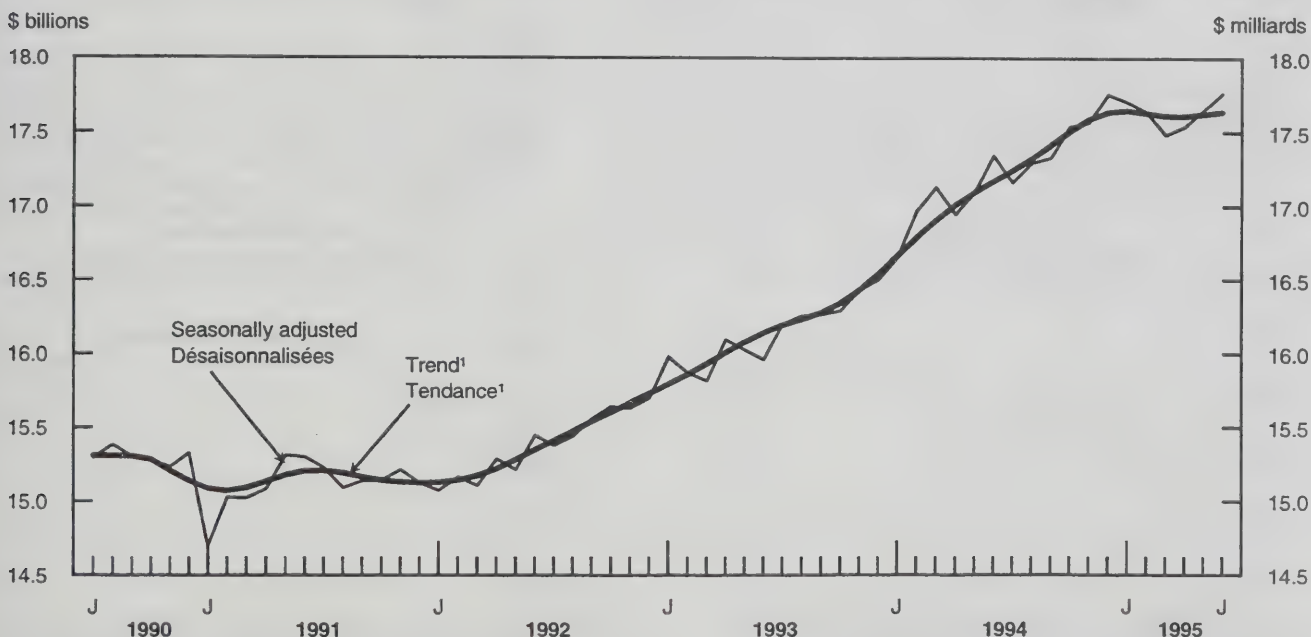
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Retail Sales – Canada

Graphique 2

Ventes au détail – Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

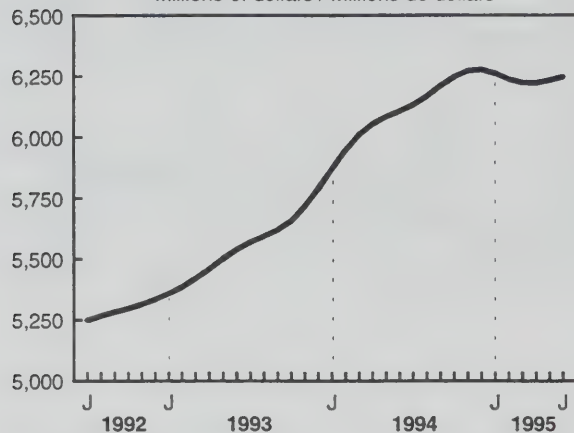
¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

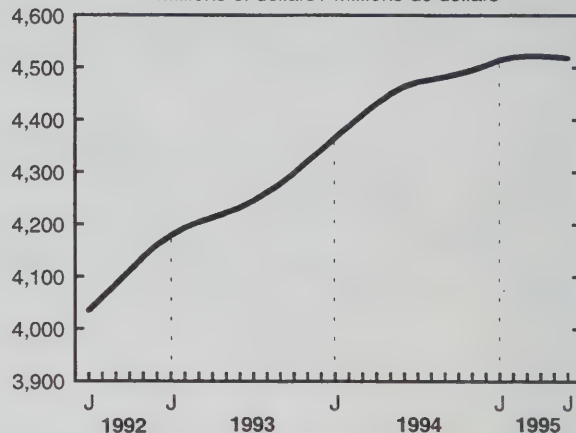
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

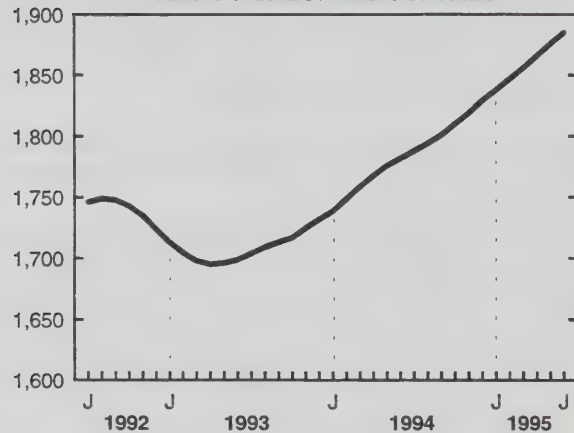
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



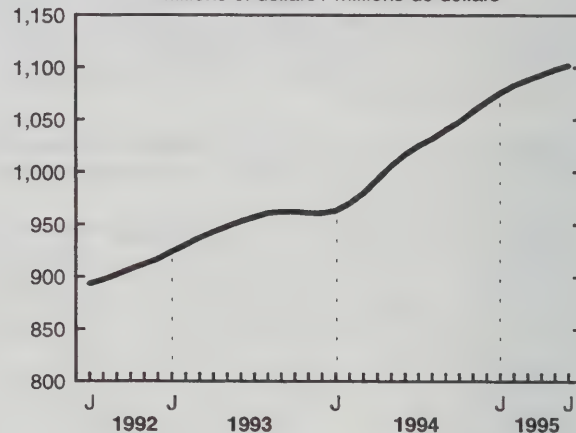
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



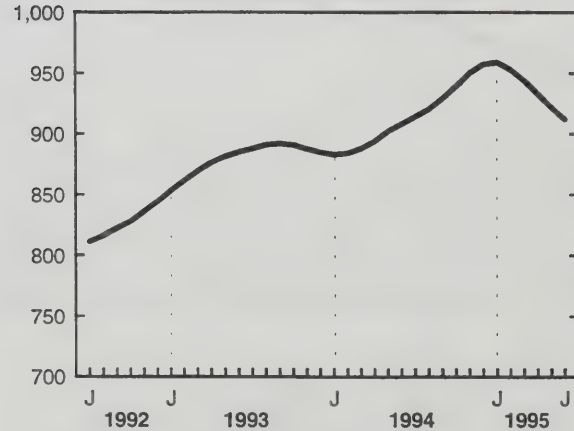
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



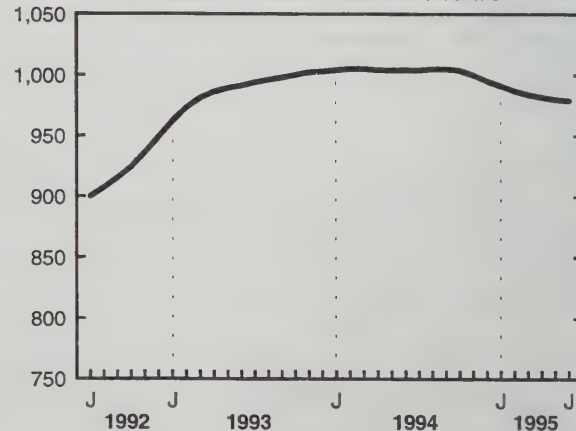
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		June 1995 Juin	May 1995 Mai	
	millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,152.5	4,187.0	4,194.2	4,137.2	25,027.5	-0.8	-0.2
2	All other food stores	351.6	358.7	360.3	354.7	2,130.6	-2.0	-0.4
3	Drugs and patent medicine stores	975.8	982.0	985.9	974.9	5,899.3	-0.6	-0.4
4	Shoe stores	157.2	153.6	139.7	153.8	895.3	2.4	10.0
5	Men's clothing stores	137.3	134.3	132.0	135.1	824.9	2.2	1.8
6	Women's clothing stores	383.4	365.5	340.9	353.1	2,152.5	4.9	7.2
7	Other clothing stores	439.5	440.4	443.0	440.2	2,649.8	-0.2	-0.6
8	Household furniture and appliance stores	719.9	721.2	748.0	747.7	4,471.3	-0.2	-3.6
9	Household furnishings stores	189.0	188.9	194.0	193.0	1,151.7	-	-2.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,138.9	4,018.4	4,004.5	4,021.8	24,344.5	3.0	0.3
11	Gasoline service stations	1,230.2	1,255.7	1,211.7	1,190.7	7,211.6	-2.0	3.6
12	Automotive parts, accessories and services	972.2	950.1	925.5	967.1	5,802.9	2.3	2.7
13	General merchandise stores	1,910.9	1,882.3	1,849.1	1,852.8	11,206.9	1.5	1.8
14	Other semi-durable goods stores	597.3	600.6	594.9	594.2	3,572.8	-0.5	1.0
15	Other durable goods stores	469.4	467.4	477.5	478.7	2,856.7	0.4	-2.1
16	Other retail stores	945.8	951.6	947.4	896.2	5,629.7	-0.6	0.4
17	Total, all stores	17,770.8	17,657.9	17,548.4	17,491.1	105,828.0	0.6	0.6
Regions								
18	Newfoundland	288.6	291.8	297.8	287.1	1,738.6	-1.1	-2.0
19	Prince Edward Island	76.6	76.1	73.0	73.5	446.9	0.6	4.3
20	Nova Scotia	535.5	539.9	547.1	526.2	3,232.7	-0.8	-1.3
21	New Brunswick	422.8	418.0	415.1	408.0	2,483.8	1.1	0.7
22	Quebec	4,067.9	4,088.0	4,121.4	4,112.1	24,756.7	-0.5	-0.8
23	Ontario	6,676.2	6,617.9	6,464.4	6,558.7	39,597.3	0.9	2.4
24	Manitoba	618.5	617.9	603.6	598.1	3,619.8	0.1	2.4
25	Saskatchewan	548.3	541.5	535.9	513.5	3,203.9	1.3	1.0
26	Alberta	1,866.0	1,862.2	1,825.8	1,804.8	10,994.7	0.2	2.0
27	British Columbia	2,609.6	2,544.1	2,603.8	2,550.0	15,396.3	2.6	-2.3
28	Yukon	18.5	18.3	18.1	17.9	108.1	1.3	1.2
29	Northwest Territories	42.4	42.1	42.3	41.2	249.2	0.7	-0.5

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
1.4	-1.3	0.2	0.7	1.9	-0.1	1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
1.6	1.3	12.0	23.2	26.0	20.8	21.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1.1	-1.0	-2.4	-1.7	-1.6	-3.4	-2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-9.2	4.0	8.3	4.4	-3.7	7.6	2.3	Magasins de chaussures 4
-2.3	-7.6	-4.0	-4.9	-12.0	-11.9	-6.5	Magasins de vêtements pour hommes 5
-3.5	0.1	13.1	11.2	5.1	8.3	10.3	Magasins de vêtements pour dames 6
0.6	-1.7	10.1	14.7	19.6	19.3	19.0	Autres magasins de vêtements 7
- -	-2.1	-0.5	0.2	5.5	6.5	6.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
0.5	-0.1	0.2	- -	4.6	1.4	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-0.4	-0.7	2.9	3.3	4.6	3.5	5.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1.8	0.4	3.4	6.4	3.6	0.9	1.6	Stations-service 11
-4.3	-1.1	-1.4	-1.4	-6.2	-1.1	-1.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-0.2	-0.3	6.2	6.2	5.0	0.9	4.8	Magasins de marchandises diverses 13
0.1	0.9	-0.2	0.9	0.3	1.5	1.2	Autres magasins de produits semi-durables 14
-0.3	0.9	-0.7	-0.3	2.2	1.7	2.3	Autres magasins de produits durables 15
5.7	-3.9	7.2	9.1	10.7	2.8	8.7	Autres magasins de vente au détail 16
0.3	-0.9	2.4	3.2	3.5	2.1	3.6	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
3.8	-0.3	0.3	3.0	5.4	1.2	2.4	Terre-Neuve 18
-0.7	-1.2	6.9	6.0	2.1	0.3	3.1	Île-du-Prince-Édouard 19
4.0	-2.7	- -	2.4	2.7	-4.9	0.1	Nouvelle-Écosse 20
1.7	-0.7	1.7	1.5	3.0	-1.2	-0.3	Nouveau-Brunswick 21
0.2	-0.6	-4.2	-3.0	- -	-2.1	-1.5	Québec 22
-1.4	-1.2	4.9	5.9	4.1	4.7	6.2	Ontario 23
0.9	0.4	6.2	11.0	5.4	2.1	4.9	Manitoba 24
4.4	-3.6	5.3	5.1	2.9	0.3	4.1	Saskatchewan 25
1.2	-0.9	1.1	2.1	-0.2	-2.9	0.8	Alberta 26
2.1	0.1	7.8	6.3	10.9	9.2	9.1	Colombie-Britannique 27
1.0	0.4	6.6	4.1	1.6	1.0	2.2	Yukon 28
2.7	1.2	8.8	8.0	10.2	7.3	8.0	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	4,369.2	4,233.9	4,122.3	4,144.2	24,443.0
2 All other food stores	381.0	369.5	368.8	335.3	2,037.3
3 Drugs and patent medicine stores	978.0	974.6	937.4	976.9	5,704.9
4 Shoe stores	164.9	165.1	142.7	123.3	791.1
5 Men's clothing stores	146.1	131.7	122.5	103.5	696.2
6 Women's clothing stores	391.6	370.7	322.7	295.8	1,853.9
7 Other clothing stores	417.8	394.6	392.2	368.6	2,159.2
8 Household furniture and appliance stores	708.3	654.5	674.7	685.2	3,953.3
9 Household furnishings stores	201.9	192.9	175.0	177.9	1,044.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,128.1	5,067.5	4,279.0	4,358.2	25,297.0
11 Gasoline service stations	1,313.2	1,280.5	1,109.7	1,141.0	6,939.8
12 Automotive parts, accessories and services	1,094.2	1,068.1	902.2	893.0	5,538.8
13 General merchandise stores	1,855.8	1,815.6	1,686.0	1,593.9	9,540.5
14 Other semi-durable goods stores	641.8	682.8	537.8	471.5	3,175.2
15 Other durable goods stores	477.6	454.8	424.2	386.1	2,449.0
16 Other retail stores	1,028.6	955.2	861.4	782.2	5,014.8
17 Total, all stores	19,298.1	18,812.0	17,058.7	16,836.7	100,638.1
Regions					
18 Newfoundland	311.7	303.0	284.4	271.7	1,613.5
19 Prince Edward Island	87.1	79.5	67.3	64.3	411.7
20 Nova Scotia	592.7	564.8	525.1	504.5	3,046.0
21 New Brunswick	467.0	443.0	396.8	383.5	2,338.3
22 Quebec	4,522.8	4,581.7	4,200.5	4,014.7	23,946.6
23 Ontario	7,262.4	6,982.2	6,165.8	6,249.0	37,481.8
24 Manitoba	664.9	643.8	590.0	571.2	3,435.5
25 Saskatchewan	589.1	565.0	517.5	493.7	3,041.6
26 Alberta	2,015.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7	10,440.4
27 British Columbia	2,717.2	2,634.2	2,472.3	2,492.1	14,544.7
28 Yukon	22.0	19.8	16.4	16.3	101.1
29 Northwest Territories	46.1	43.4	41.2	40.1	237.1

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.9	1.7	-0.8	1.5	0.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
12.8	23.1	31.8	20.3	22.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-2.1	-0.4	-3.8	-2.2	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
11.3	5.1	-5.6	7.4	2.8	Magasins de chaussures 4
-1.9	-3.3	-14.8	-11.7	-6.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
15.0	11.4	1.8	5.5	9.3	Magasins de vêtements pour dames 6
10.7	12.6	17.5	18.8	17.2	Autres magasins de vêtements 7
-	-0.2	3.0	6.1	5.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
0.4	2.6	0.4	3.1	2.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5.9	5.8	-2.4	3.8	5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.7	7.1	2.4	1.5	2.0	Stations-service 11
-0.9	-0.5	-10.0	-0.8	-1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
7.6	8.1	3.2	0.7	5.0	Magasins de marchandises diverses 13
-	3.0	0.4	-0.2	1.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
-0.5	-0.2	2.1	4.3	2.4	Autres magasins de produits durables 15
10.1	10.7	8.7	2.6	8.9	Autres magasins de vente au détail 16
4.1	4.6	0.1	2.6	3.5	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
3.5	4.9	2.0	2.3	2.7	Terre-Neuve 18
10.4	6.9	-1.2	-0.3	3.5	Île-du-Prince-Édouard 19
3.0	3.7	-1.4	-2.5	0.5	Nouvelle-Écosse 20
5.0	3.3	-1.3	-1.4	0.1	Nouveau-Brunswick 21
-2.6	-1.7	-3.6	-0.8	-1.6	Québec 22
6.4	7.4	0.4	4.9	6.0	Ontario 23
8.7	11.3	3.2	1.7	5.0	Manitoba 24
7.2	7.1	-1.5	0.1	3.9	Saskatchewan 25
3.6	3.2	-3.0	-3.1	0.8	Alberta 26
9.1	8.1	9.1	9.9	9.2	Colombie-Britannique 27
7.5	8.8	-2.8	4.5	3.0	Yukon 28
7.9	10.8	10.0	8.2	7.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,725.4	11,717.6	12,778.9	12,759.4	12,605.3
2	All other food stores	1,119.3	918.1	1,036.8	1,018.2	917.7
3	Drugs and patent medicine stores	2,890.0	2,814.9	3,252.5	2,971.0	2,952.5
4	Shoe stores	472.6	318.5	545.1	454.7	456.3
5	Men's clothing stores	400.3	295.9	598.0	357.5	428.9
6	Women's clothing stores	1,085.0	769.0	1,329.7	1,007.8	990.2
7	Other clothing stores	1,204.7	954.5	1,653.2	1,244.4	1,061.8
8	Household furniture and appliance stores	2,037.5	1,915.8	2,722.7	2,192.6	2,019.9
9	Household furnishings stores	569.8	474.2	654.0	610.7	563.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,474.6	10,822.3	11,195.3	11,833.4	14,020.9
11	Gasoline service stations	3,703.5	3,236.3	3,576.0	3,824.3	3,533.4
12	Automotive parts, accessories and services	3,064.5	2,474.3	3,259.5	2,991.1	3,179.9
13	General merchandise stores	5,357.4	4,183.1	7,344.0	5,098.2	5,039.3
14	Other semi-durable goods stores	1,862.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7	1,840.5
15	Other durable goods stores	1,356.6	1,092.4	1,820.3	1,403.1	1,350.9
16	Other retail stores	2,845.2	2,169.6	3,206.9	2,838.7	2,589.8
17	Total, all stores	55,168.8	45,469.4	57,167.5	52,439.8	53,550.7
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	287.0	252.8	269.9	289.5	269.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	69.1	66.2	75.8	64.9	65.6
4	Shoe stores	5.4	3.3	7.3	5.7	5.2
5	Men's clothing stores	3.7	2.5	7.7	3.5	3.9
6	Women's clothing stores	11.9	8.2	21.2	13.4	12.3
7	Other clothing stores	9.1	7.2	17.3	9.9	8.1
8	Household furniture and appliance stores	20.4	17.3	37.7	24.3	20.9
9	Household furnishings stores	3.6	2.9	5.0	4.0	3.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	191.0	119.2	119.4	158.3	192.8
11	Gasoline service stations	86.5	76.9	85.8	79.5	72.0
12	Automotive parts, accessories and services	42.7	34.0	44.7	42.4	46.0
13	General merchandise stores	101.3	73.2	167.4	114.0	103.8
14	Other semi-durable goods stores	30.9	20.0	39.7	31.8	29.2
15	Other durable goods stores	8.8	7.2	19.4	11.8	11.8
16	Other retail stores	18.5	15.7	32.1	22.1	19.1
17	Total, all stores	899.2	714.3	956.9	880.3	869.0

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						N°
Canada						
1.0	0.8	3.6	4.2	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.0	22.5	18.7	16.2	2.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-2.1	-1.6	-0.5	1.0	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.6	1.6	8.9	10.3	9.0	Magasins de chaussures	4
-6.7	-6.8	-8.6	-5.0	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
9.6	8.8	11.7	4.1	2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
13.5	22.3	18.2	12.5	7.9	Autres magasins de vêtements	7
0.9	10.3	8.0	1.7	2.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.2	3.3	1.4	3.5	0.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.2	7.8	13.3	10.8	15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.8	-1.0	0.3	-0.2	-0.5	Stations-service	11
-3.6	1.6	9.0	8.1	10.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.3	3.3	5.7	4.3	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
1.2	0.9	7.8	10.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.4	5.1	6.3	8.9	7.8	Autres magasins de produits durables	15
9.9	7.6	11.7	8.3	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
3.0	4.0	7.1	6.1	7.1	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
6.4	5.2	-1.8	6.1	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.4	3.8	5.4	4.8	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.1	-10.2	1.1	3.6	4.2	Magasins de chaussures	4
-5.4	3.9	-4.7	-2.8	8.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.2	0.1	4.2	-2.1	0.3	Magasins de vêtements pour dames	6
11.9	14.3	-44.3	-47.0	-53.0	Autres magasins de vêtements	7
-2.5	2.3	9.7	-0.3	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
2.3	8.8	-3.1	2.8	-2.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-1.0	-5.2	5.7	5.8	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
20.2	14.6	9.5	-10.9	-8.7	Stations-service	11
-7.3	2.2	-9.2	8.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.4	-11.8	6.7	7.8	5.5	Magasins de marchandises diverses	13
6.0	9.4	26.1	12.6	8.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-25.2	-27.6	3.3	4.7	9.5	Autres magasins de produits durables	15
-3.0	-8.4	0.4	-2.1	-11.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.5	1.7	2.1	2.5	3.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.						
Prince Edward Island		millions of dollars - millions de dollars				
1	Supermarkets and grocery stores	58.0	50.9	55.2	56.7	50.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.2	15.7	16.9	16.7	16.1
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	3.8	2.1	5.6	6.8	3.6
8	Household furniture and appliance stores	5.5	5.0	7.6	6.7	6.1
9	Household furnishings stores	1.3	1.1	1.9	2.4	2.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	54.8	34.4	40.9	40.7	53.1
11	Gasoline service stations	26.4	21.1	23.1	28.6	23.6
12	Automotive parts, accessories and services	12.6	9.9	14.3	13.8	14.3
13	General merchandise stores	22.2	15.1	32.0	24.0	21.6
14	Other semi-durable goods stores	10.8	7.0	11.1	11.5	8.8
15	Other durable goods stores	2.8	1.9	4.0	2.9	2.4
16	Other retail stores	11.0	8.5	12.5	15.3	11.3
17	Total, all stores	233.8	177.8	235.0	235.1	221.3
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	454.1	419.5	458.5	473.4	439.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	119.2	112.7	127.6	111.8	108.2
4	Shoe stores	10.2	6.2	11.2	9.5	8.9
5	Men's clothing stores	7.1	5.7	12.9	6.3	6.9
6	Women's clothing stores	24.1	18.5	39.6	27.7	26.4
7	Other clothing stores	24.8	20.9	44.9	28.2	22.1
8	Household furniture and appliance stores	35.9	32.7	53.0	41.7	38.3
9	Household furnishings stores	11.0	9.6	16.8	14.8	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	422.1	298.7	298.7	336.2	415.3
11	Gasoline service stations	123.2	102.5	124.4	140.1	139.4
12	Automotive parts, accessories and services	79.9	60.0	85.3	76.2	86.5
13	General merchandise stores	167.0	125.1	266.3	171.3	162.1
14	Other semi-durable goods stores	49.8	37.9	70.2	52.4	48.1
15	Other durable goods stores	27.9	20.0	40.8	26.2	24.0
16	Other retail stores	97.1	71.8	109.0	105.7	93.7
17	Total, all stores	1,682.6	1,363.4	1,785.9	1,646.7	1,652.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
Île-du-Prince-Édouard						
14.5	9.3	7.3	-1.3	-1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.9	1.9	-4.9	-0.5	-3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
5.8	-7.5	7.2	30.2	28.3	Autres magasins de vêtements	7
-9.9	-1.7	-5.9	7.8	10.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-42.2	-38.0	-20.9	16.6	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.1	-0.1	13.9	-0.9	12.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.9	-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	Stations-service	11
-11.6	-4.5	0.4	-1.3	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.7	-8.1	-1.4	6.5	3.9	Magasins de marchandises diverses	13
22.7	18.4	6.2	-10.5	-7.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
14.9	-6.4	-6.7	-10.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
-2.3	-1.4	1.7	7.8	0.4	Autres magasins de vente au détail	16
5.6	0.9	2.5	-0.4	3.1	Total, ensemble des magasins	17
Nouvelle-Écosse						
3.4	8.5	5.1	3.7	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
10.1	1.0	0.6	3.2	-0.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
14.8	-7.4	-0.3	7.6	10.5	Magasins de chaussures	4
2.2	6.4	-14.8	-9.6	-11.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
-8.7	-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
12.6	17.2	26.7	21.4	11.2	Autres magasins de vêtements	7
-6.2	-10.9	-	2.7	2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-16.0	7.1	31.6	21.7	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.6	-4.6	7.4	-1.8	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-11.6	-27.2	-28.5	-22.5	-13.1	Stations-service	11
-7.7	3.3	3.4	0.9	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.0	-1.7	1.0	-0.3	-1.2	Magasins de marchandises diverses	13
3.6	1.6	9.9	4.6	0.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.1	5.0	0.7	-0.2	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
3.6	-3.8	0.9	-0.4	-0.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.8	-1.1	1.5	-0.6	-0.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
No.		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	316.7	282.4	308.0	319.6	313.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	107.1	101.6	113.6	96.5	94.3
4	Shoe stores	9.5	5.8	10.8	8.3	8.1
5	Men's clothing stores	6.6	4.8	12.5	7.3	8.3
6	Women's clothing stores	23.2	15.7	32.7	23.1	21.8
7	Other clothing stores	15.8	11.9	26.0	18.7	15.5
8	Household furniture and appliance stores	33.5	31.5	51.7	37.2	34.0
9	Household furnishings stores	11.4	8.8	13.2	11.2	10.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	342.4	223.5	232.3	241.9	323.9
11	Gasoline service stations	96.3	94.4	116.1	123.4	109.3
12	Automotive parts, accessories and services	85.6	65.1	90.6	84.3	82.1
13	General merchandise stores	129.8	97.6	203.8	138.7	139.9
14	Other semi-durable goods stores	37.0	23.6	40.9	30.6	30.9
15	Other durable goods stores	20.3	15.1	33.5	22.3	20.0
16	Other retail stores	59.0	44.0	68.0	64.1	53.9
17	Total, all stores	1,306.9	1,031.5	1,361.0	1,235.1	1,275.8
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,410.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8	3,610.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	659.6	663.8	741.8	733.3	745.4
4	Shoe stores	160.3	95.3	186.5	150.7	156.3
5	Men's clothing stores	104.2	66.7	144.8	94.6	116.0
6	Women's clothing stores	314.2	211.0	336.1	281.2	280.9
7	Other clothing stores	369.0	264.4	428.2	339.9	318.8
8	Household furniture and appliance stores	604.3	460.3	627.9	561.8	526.2
9	Household furnishings stores	159.9	106.2	145.8	142.7	138.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,216.6	2,258.9	2,331.2	2,783.6	3,610.6
11	Gasoline service stations	756.9	668.4	735.7	755.1	706.6
12	Automotive parts, accessories and services	815.5	608.3	827.2	731.5	815.2
13	General merchandise stores	1,145.9	860.8	1,456.9	1,092.1	1,101.0
14	Other semi-durable goods stores	473.2	329.5	489.9	465.5	466.9
15	Other durable goods stores	295.2	219.7	352.5	273.5	274.7
16	Other retail stores	468.2	352.5	543.0	429.9	455.2
17	Total, all stores	13,305.0	10,641.6	13,251.7	12,768.3	13,661.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
1.0	-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.6	15.2	24.5	21.9	19.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
17.7	12.1	17.3	19.9	22.8	Magasins de chaussures	4
-21.3	-12.3	-19.7	-4.9	9.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.7	3.2	0.2	0.6	-3.0	Magasins de vêtements pour dames	6
2.1	-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	Autres magasins de vêtements	7
-1.6	2.5	7.8	8.7	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.2	15.5	18.9	13.2	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.7	-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-11.9	-1.5	8.0	-	7.3	Stations-service	11
4.4	14.8	18.5	20.7	15.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-7.2	-8.5	3.9	3.4	9.0	Magasins de marchandises diverses	13
20.0	19.6	2.1	-13.6	-10.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.7	7.2	20.7	30.2	17.0	Autres magasins de produits durables	15
9.6	4.2	2.5	-7.0	-13.0	Autres magasins de vente au détail	16
2.4	-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.5	-4.1	2.4	5.9	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-11.5	-4.4	-7.3	-1.9	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.6	-0.7	6.4	8.1	4.3	Magasins de chaussures	4
-10.2	-9.9	-1.9	2.9	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.9	7.2	15.0	10.0	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
15.7	19.1	17.7	6.8	3.1	Autres magasins de vêtements	7
14.8	22.7	8.0	-1.7	-2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
15.4	18.1	4.0	1.9	-7.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-10.9	-4.8	2.1	1.7	14.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.1	-5.8	2.1	4.1	0.1	Stations-service	11
-	4.5	6.5	5.5	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.1	1.1	7.0	9.7	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
1.3	12.8	16.9	14.8	15.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.4	6.4	17.6	11.3	11.8	Autres magasins de produits durables	15
2.9	7.0	11.0	6.9	7.0	Autres magasins de vente au détail	16
-2.6	-0.4	4.9	4.9	7.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	4,033.9	3,804.6	4,043.4	3,972.9	3,977.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,128.5	1,077.1	1,247.3	1,130.4	1,115.4
4	Shoe stores	161.7	118.8	196.6	164.0	172.2
5	Men's clothing stores	161.9	122.7	242.9	141.9	178.1
6	Women's clothing stores	407.6	289.2	519.7	375.7	380.1
7	Other clothing stores	428.2	357.7	624.5	462.6	378.4
8	Household furniture and appliance stores	694.9	724.5	1,015.2	815.2	725.5
9	Household furnishings stores	211.1	183.2	264.5	246.3	221.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,653.9	4,381.5	4,684.8	4,503.9	5,321.9
11	Gasoline service stations	1,387.7	1,213.1	1,303.0	1,356.0	1,304.6
12	Automotive parts, accessories and services	1,169.2	980.0	1,265.1	1,142.8	1,216.8
13	General merchandise stores	1,964.1	1,550.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6
14	Other semi-durable goods stores	669.5	478.2	835.8	648.1	648.4
15	Other durable goods stores	517.0	433.0	730.9	541.3	527.6
16	Other retail stores	1,314.4	969.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1
17	Total, all stores	20,410.4	17,071.4	21,601.2	19,066.4	19,466.3
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	492.0	435.6	480.0	478.5	474.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	71.8	65.4	72.9	63.6	63.7
4	Shoe stores	13.0	8.2	13.8	9.8	10.5
5	Men's clothing stores	11.1	8.3	17.5	10.0	12.7
6	Women's clothing stores	28.5	20.8	37.7	29.4	32.0
7	Other clothing stores	37.1	29.5	55.5	38.8	34.5
8	Household furniture and appliance stores	58.0	53.3	82.6	58.6	55.7
9	Household furnishings stores	14.1	12.1	14.7	13.2	13.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	465.5	333.8	352.7	342.0	403.7
11	Gasoline service stations	175.8	151.9	164.3	170.3	146.9
12	Automotive parts, accessories and services	89.4	65.5	86.7	85.5	95.2
13	General merchandise stores	231.7	188.1	322.8	224.1	223.1
14	Other semi-durable goods stores	48.2	37.3	61.8	45.8	51.5
15	Other durable goods stores	56.9	42.3	71.4	50.3	46.6
16	Other retail stores	80.1	63.5	96.1	76.9	73.0
17	Total, all stores	1,898.6	1,536.8	1,955.5	1,721.4	1,761.5

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
1.4	3.4	4.6	2.9	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.2	0.4	2.2	0.6	-1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-6.1	-1.9	4.4	7.6	11.2	Magasins de chaussures	4
-9.1	-7.5	-12.3	-8.5	2.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
7.3	11.2	11.5	3.6	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6
13.2	32.3	21.1	16.2	11.5	Autres magasins de vêtements	7
-4.2	9.9	4.4	1.1	0.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.5	-0.6	8.2	13.5	15.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
6.2	13.1	16.4	11.8	15.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.4	-0.4	-0.8	-2.7	-2.2	Stations-service	11
-3.9	1.5	11.0	10.3	13.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.8	6.8	7.7	2.3	2.9	Magasins de marchandises diverses	13
3.2	-0.4	2.6	9.5	4.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.0	9.9	7.1	7.5	3.4	Autres magasins de produits durables	15
15.2	10.7	13.6	11.3	3.1	Autres magasins de vente au détail	16
4.8	7.3	8.6	6.4	6.3	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
3.6	-5.3	0.5	- -	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
12.7	5.9	2.3	-1.9	-4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
24.6	2.1	11.1	-1.1	3.4	Magasins de chaussures	4
-12.9	-13.5	-18.8	-16.2	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-10.7	-9.9	-8.5	-9.6	-3.9	Magasins de vêtements pour dames	6
7.6	9.7	13.8	14.0	6.0	Autres magasins de vêtements	7
4.1	6.3	6.8	-5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
6.4	22.0	0.3	2.3	20.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
15.3	7.5	9.7	3.2	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
19.6	11.0	11.4	13.9	4.1	Stations-service	11
-6.1	-9.0	-8.9	-5.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.9	0.8	6.8	3.8	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
-6.5	2.6	5.2	-1.2	-7.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
22.1	26.5	26.3	12.9	2.1	Autres magasins de produits durables	15
9.6	0.7	8.1	8.5	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
7.8	1.7	5.1	2.7	3.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	406.9	355.3	373.7	388.4	383.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	86.6	84.3	108.3	105.2	109.7
4	Shoe stores	12.1	7.4	12.1	9.7	9.6
5	Men's clothing stores	8.4	6.3	14.3	8.2	11.0
6	Women's clothing stores	24.6	17.5	30.3	23.2	23.9
7	Other clothing stores	33.2	24.1	46.1	31.1	26.6
8	Household furniture and appliance stores	48.1	48.9	66.8	48.7	44.7
9	Household furnishings stores	16.0	14.4	20.1	16.0	15.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	403.1	315.4	371.5	327.6	362.7
11	Gasoline service stations	140.5	121.7	132.8	146.5	131.6
12	Automotive parts, accessories and services	130.1	92.1	131.5	126.9	131.7
13	General merchandise stores	203.0	159.3	258.1	181.9	183.3
14	Other semi-durable goods stores	45.5	34.9	60.1	45.9	52.7
15	Other durable goods stores	37.0	27.3	48.7	38.4	41.1
16	Other retail stores	65.7	51.5	77.3	69.2	63.9
17	Total, all stores	1,671.5	1,370.1	1,763.4	1,576.9	1,602.2
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,396.7	1,258.2	1,378.9	1,369.5	1,348.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.2	252.9	302.0	262.0	266.3
4	Shoe stores	42.8	29.4	44.9	39.3	32.5
5	Men's clothing stores	38.6	30.7	55.9	31.1	40.5
6	Women's clothing stores	101.7	77.6	137.9	96.3	89.4
7	Other clothing stores	129.8	102.2	185.7	140.4	115.9
8	Household furniture and appliance stores	225.5	234.0	330.0	254.6	252.5
9	Household furnishings stores	53.7	47.0	60.9	59.4	55.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,598.1	1,104.2	1,108.0	1,224.2	1,510.8
11	Gasoline service stations	365.9	325.8	387.7	448.9	403.2
12	Automotive parts, accessories and services	317.3	273.8	392.8	365.9	379.8
13	General merchandise stores	553.6	445.5	758.1	527.4	517.4
14	Other semi-durable goods stores	193.3	125.1	220.3	197.1	199.0
15	Other durable goods stores	146.4	119.8	209.8	174.3	150.1
16	Other retail stores	298.1	233.7	357.5	295.6	274.3
17	Total, all stores	5,748.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7	5,671.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
6.0	2.7	1.4	4.6	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-21.1	-20.8	4.5	17.3	22.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
25.6	8.7	27.0	16.3	11.9	Magasins de chaussures	4
-24.0	-27.4	-10.4	-3.9	17.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.6	-0.6	3.2	0.9	-13.1	Magasins de vêtements pour dames	6
25.0	12.8	23.8	12.4	-0.3	Autres magasins de vêtements	7
7.6	19.9	21.3	24.4	28.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
5.6	10.3	19.3	2.9	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
11.1	10.1	21.7	12.0	13.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.8	7.8	7.1	9.6	9.4	Stations-service	11
-1.2	1.5	41.0	34.4	35.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
10.7	7.5	5.4	3.7	5.7	Magasins de marchandises diverses	13
-13.7	-9.7	-4.2	-1.6	2.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-10.1	-7.9	-14.2	-8.1	4.4	Autres magasins de produits durables	15
2.8	7.0	-7.6	4.5	-0.7	Autres magasins de vente au détail	16
4.3	3.5	9.0	9.1	10.8	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
3.5	-1.2	1.6	4.1	6.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-5.3	-9.1	-8.7	-6.6	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
31.4	23.5	35.4	26.5	12.7	Magasins de chaussures	4
-4.7	-18.7	-24.7	-29.3	-10.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
13.8	12.3	18.9	-10.4	-11.5	Magasins de vêtements pour dames	6
12.0	15.8	20.0	16.7	12.8	Autres magasins de vêtements	7
-10.7	1.8	2.7	-4.7	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-3.5	-10.6	-11.1	-1.7	-2.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.8	3.7	10.6	22.4	30.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-9.3	-3.2	1.4	4.5	6.1	Stations-service	11
-16.5	-2.8	18.0	14.9	19.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.0	3.9	2.7	-0.2	-4.2	Magasins de marchandises diverses	13
-2.9	-18.5	-4.1	4.8	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.5	5.9	6.9	9.8	0.1	Autres magasins de produits durables	15
8.7	6.5	24.1	9.1	6.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	0.2	5.4	6.9	9.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,821.3	1,652.5	1,815.6	1,768.3	1,692.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	373.5	369.4	439.4	379.4	360.9
4	Shoe stores	55.6	42.9	59.5	56.1	51.3
5	Men's clothing stores	57.0	46.9	86.4	52.5	49.8
6	Women's clothing stores	144.7	107.5	169.0	133.0	119.1
7	Other clothing stores	150.4	132.0	214.9	163.7	134.9
8	Household furniture and appliance stores	306.7	304.4	444.9	339.9	312.1
9	Household furnishings stores	86.4	87.8	109.7	99.5	89.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,103.3	1,735.5	1,638.9	1,856.9	1,805.5
11	Gasoline service stations	531.2	450.3	492.5	561.4	484.4
12	Automotive parts, accessories and services	314.0	280.1	315.8	315.9	307.2
13	General merchandise stores	785.1	624.3	1,024.5	743.2	730.9
14	Other semi-durable goods stores	297.5	214.8	356.5	298.6	298.8
15	Other durable goods stores	239.2	202.7	303.4	255.6	246.4
16	Other retail stores	422.9	351.8	479.0	446.5	395.2
17	Total, all stores	7,823.7	6,721.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	47.9	40.5	45.0	44.9	44.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.3	0.9	1.4	1.1	1.2
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.6	4.0	5.1	4.0	3.8
9	Household furnishings stores	1.2	1.1	1.5	1.4	1.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	23.9	17.2	16.8	18.0	20.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	53.6	44.0	57.6	48.4	51.6
14	Other semi-durable goods stores	6.7	4.5	8.1	7.4	6.1
15	Other durable goods stores	5.3	3.3	5.7	6.6	6.2
16	Other retail stores	10.1	7.6	10.7	10.6	9.0
17	Total, all stores	188.9	149.3	183.3	177.6	174.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
7.6	6.9	10.9	8.9	10.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.5	2.2	2.5	5.0	5.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.3	3.9	14.1	16.6	14.0	Magasins de chaussures	4
14.4	15.7	12.5	16.7	13.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
21.5	13.9	15.5	12.9	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
11.5	19.8	22.4	19.3	17.2	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	5.3	21.3	13.1	19.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-3.0	0.7	-13.8	-13.3	-17.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.5	24.1	30.3	28.2	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
9.7	7.5	1.5	-0.2	-2.2	Stations-service	11
2.2	0.3	-3.1	-4.2	-2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.4	3.1	2.3	6.2	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
-0.4	-0.3	19.5	18.1	12.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.9	-5.6	-6.5	10.3	21.3	Autres magasins de produits durables	15
7.0	6.4	8.6	6.7	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.8	9.6	11.4	11.8	10.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
7.8	6.7	6.9	5.3	10.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.6	12.1	12.0	-2.3	13.4	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
21.8	10.8	21.7	6.6	21.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.3	-4.3	-4.9	0.1	-9.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.3	10.1	4.9	-	13.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	0.5	6.7	6.4	10.7	Magasins de marchandises diverses	13
9.5	7.1	32.3	14.9	14.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-15.5	-1.8	22.7	45.7	40.2	Autres magasins de produits durables	15
11.8	0.8	-4.6	-1.3	-13.1	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	4.2	8.6	8.1	10.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventas				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	14.1	11.9	13.1	14.5	14.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.3	6.3	6.5	6.4	8.7
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	2.9	1.6	3.5	4.2	3.1
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	58.2	42.9	54.3	59.2	55.5
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	33.8	28.6	32.0	30.4	30.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.8	1.4	1.7	1.9	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.6	10.8	10.2	11.6	11.8
11	Gasoline service stations	4.1	4.0	4.1	4.9	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.9	2.8	4.7	3.1	3.1
15	Other durable goods stores	2.5	1.8	2.7	2.6	2.4
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	130.7	106.4	129.0	118.4	119.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.0	-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	..	121.8	77.2	72.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.2	19.8	-5.1	-2.1	7.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-6.5	-13.9	44.4	23.1	37.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
4.8	0.6	4.8	2.3	2.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
10.9	11.8	12.6	13.9	22.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-11.1	-24.1	-34.5	-25.4	-3.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
15.0	5.1	12.4	1.1	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-4.0	-7.8	36.4	92.8	54.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
25.4	24.8	24.6	5.3	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.2	1.2	-2.6	11.4	-2.0	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
9.5	5.7	10.3	11.3	14.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse				
	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	
	Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	90.6	89.1	94.4	94.9
2	All other food stores	85.2	88.8	88.1	89.3
3	Drugs and patent medicine stores	88.4	90.2	89.9	95.6
4	Shoe stores	82.7	84.9	88.6	97.0
5	Men's clothing stores	80.6	92.5	92.5	95.0
6	Women's clothing stores	82.9	87.2	90.7	92.5
7	Other clothing stores	94.2	94.9	92.4	92.0
8	Household furniture and appliance stores	85.9	94.5	96.1	95.0
9	Household furnishings stores	89.0	92.1	91.2	93.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.6	96.9	96.3	96.8
11	Gasoline service stations	93.7	93.6	95.3	94.7
12	Automotive parts, accessories and services	87.3	91.3	92.0	92.1
13	General merchandise stores	98.8	99.6	99.5	99.5
14	Other semi-durable goods stores	91.3	94.3	92.5	93.4
15	Other durable goods stores	86.9	90.8	94.2	94.6
16	Other retail stores	95.1	97.2	97.2	97.7
17	Total, all stores	92.3	93.7	94.8	95.6
Regions					
18	Newfoundland	95.5	96.4	97.1	97.5
19	Prince Edward Island	93.1	95.9	95.6	96.3
20	Nova Scotia	93.9	94.9	95.4	95.8
21	New Brunswick	94.9	96.5	95.4	96.7
22	Quebec	93.0	95.2	95.4	96.5
23	Ontario	89.2	89.5	92.5	94.3
24	Manitoba	94.8	96.0	95.8	97.4
25	Saskatchewan	94.9	97.1	96.9	97.5
26	Alberta	92.3	95.7	95.6	95.7
27	British Columbia	97.1	98.0	98.1	96.2
28	Yukon	93.3	94.7	91.2	93.0
29	Northwest Territories	90.6	92.0	90.8	91.2

TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.1	2.5	2.3	2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
7.1	7.7	6.4	6.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.1	2.2	2.0	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.2	3.2	3.0	4.4	Magasins de chaussures 4
3.7	3.9	4.2	4.5	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.6	4.9	4.3	4.3	Magasins de vêtements pour dames 6
6.1	6.7	6.6	6.8	Autres magasins de vêtements 7
3.5	3.5	3.9	4.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
6.3	6.4	4.9	5.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5.1	5.4	4.6	4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.0	4.2	4.2	4.4	Stations-service 11
2.7	2.8	2.8	3.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.6	0.6	0.7	Magasins de marchandises diverses 13
3.6	3.8	3.6	3.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.7	4.3	4.6	4.0	Autres magasins de produits durables 15
2.9	3.2	2.0	2.5	Autres magasins de vente au détail 16
1.5	1.7	1.4	1.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.5	2.4	2.2	2.4	Terre-Neuve 18
2.0	2.2	2.1	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
3.9	3.7	4.2	3.8	Nouvelle-Écosse 20
2.8	2.6	2.5	2.3	Nouveau-Brunswick 21
2.1	2.4	2.5	2.6	Québec 22
3.4	3.9	2.8	2.8	Ontario 23
3.6	3.6	3.5	3.7	Manitoba 24
2.5	2.5	2.5	2.5	Saskatchewan 25
5.3	5.1	5.8	3.5	Alberta 26
2.1	2.1	2.0	2.1	Colombie-Britannique 27
0.8	0.9	1.0	0.7	Yukon 28
1.6	2.4	2.2	2.4	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,152.5	4,187.0	4,194.2	4,137.2	4,190.8	4,165.8	4,216.1
2 All other food stores	351.6	358.7	360.3	354.7	350.2	355.1	339.7
3 Drugs and patent medicine stores	975.8	982.0	985.9	974.9	985.2	995.5	993.3
4 Shoe stores	157.2	153.6	139.7	153.8	147.9	143.1	149.0
5 Men's clothing stores	137.3	134.3	132.0	135.1	146.2	140.0	136.7
6 Women's clothing stores	383.4	365.5	340.9	353.1	352.8	356.8	359.3
7 Other clothing stores	439.5	440.4	443.0	440.2	447.9	438.7	433.5
8 Household furniture and appliance stores	719.9	721.2	748.0	747.7	763.8	770.8	782.4
9 Household furnishings stores	189.0	188.9	194.0	193.0	193.2	193.6	191.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,138.9	4,018.4	4,004.5	4,021.8	4,050.1	4,111.0	4,138.8
11 Gasoline service stations	1,230.2	1,255.7	1,211.7	1,190.7	1,186.4	1,137.0	1,184.2
12 Automotive parts, accessories and service	972.2	950.1	925.5	967.1	978.0	1,010.0	1,017.9
13 General merchandise stores	1,910.9	1,882.3	1,849.1	1,852.8	1,857.5	1,854.4	1,836.6
14 Other semi-durable goods stores	597.3	600.6	594.9	594.2	589.2	596.5	598.1
15 Other durable goods stores	469.4	467.4	477.5	478.7	474.4	489.4	468.4
16 Other retail stores	945.8	951.6	947.4	896.2	932.9	955.8	919.8
17 Total, all stores	17,770.8	17,657.9	17,548.4	17,491.1	17,646.5	17,713.3	17,765.2
Regions							
18 Newfoundland	288.6	291.8	297.8	287.1	288.0	285.4	286.1
19 Prince Edward Island	76.6	76.1	73.0	73.5	74.4	73.3	73.0
20 Nova Scotia	535.5	539.9	547.1	526.2	540.7	543.2	545.1
21 New Brunswick	422.8	418.0	415.1	408.0	411.1	408.8	419.9
22 Quebec	4,067.9	4,088.0	4,121.4	4,112.1	4,136.2	4,230.9	4,261.8
23 Ontario	6,676.2	6,617.9	6,464.4	6,558.7	6,640.5	6,639.6	6,609.3
24 Manitoba	618.5	617.9	603.6	598.1	595.5	586.2	595.2
25 Saskatchewan	548.3	541.5	535.9	513.5	532.6	532.0	532.3
26 Alberta	1,866.0	1,862.2	1,825.8	1,804.8	1,821.8	1,814.1	1,853.7
27 British Columbia	2,609.6	2,544.1	2,603.8	2,550.0	2,547.2	2,541.6	2,530.2
28 Yukon	18.5	18.3	18.1	17.9	17.8	17.5	18.2
29 Northwest Territories	42.4	42.1	42.3	41.2	40.7	40.6	40.4

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,171.3	4,141.7	4,116.3	4,166.7	4,195.6	4,142.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
321.4	335.4	327.8	328.4	322.0	313.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
994.3	1,004.8	1,010.0	1,005.6	1,002.1	1,000.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
150.7	145.1	143.2	159.5	148.3	145.1	Magasins de chaussures	4
132.9	134.0	134.9	139.0	140.4	143.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
350.3	349.9	342.2	342.5	338.3	339.1	Magasins de vêtements pour dames	6
428.6	407.5	416.9	422.4	403.3	399.1	Autres magasins de vêtements	7
745.0	753.2	727.3	722.8	723.9	723.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
194.6	192.9	193.3	192.3	192.7	188.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,068.5	4,102.0	4,037.8	3,806.6	3,751.0	4,024.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,185.9	1,171.6	1,181.3	1,192.7	1,193.3	1,189.6	Stations-service	11
1,016.1	995.3	978.1	992.8	991.3	985.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,806.2	1,814.3	1,760.0	1,843.4	1,779.5	1,799.4	Magasins de marchandises diverses	13
609.8	611.5	601.7	613.4	607.0	598.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
479.2	465.5	456.6	478.4	474.8	472.5	Autres magasins de produits durables	15
921.3	919.6	907.1	894.8	904.2	882.5	Autres magasins de vente au détail	16
17,576.2	17,544.5	17,334.3	17,301.3	17,167.9	17,347.7	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
284.0	287.1	285.7	283.9	283.9	287.7	Terre-Neuve	18
72.4	74.6	71.9	71.5	70.7	71.6	Île-du-Prince-Édouard	19
542.6	541.6	535.2	534.3	535.3	535.4	Nouvelle-Écosse	20
410.9	409.6	394.4	400.4	405.1	415.8	Nouveau-Brunswick	21
4,234.6	4,173.8	4,175.2	4,214.0	4,165.4	4,247.7	Québec	22
6,550.9	6,517.0	6,420.4	6,358.2	6,298.0	6,364.7	Ontario	23
583.8	590.9	574.1	581.7	573.7	582.3	Manitoba	24
531.9	547.1	530.3	524.2	523.1	520.8	Saskatchewan	25
1,816.3	1,836.9	1,781.4	1,829.2	1,824.4	1,845.0	Alberta	26
2,491.5	2,508.4	2,509.1	2,447.5	2,432.0	2,420.3	Colombie-Britannique	27
17.5	17.5	17.5	17.4	17.7	17.4	Yukon	28
39.9	39.9	39.2	38.8	38.6	38.9	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,369.2	4,233.9	4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2
2 All other food stores	381.0	369.5	368.8	335.3	291.5	291.2	410.9
3 Drugs and patent medicine stores	978.0	974.6	937.4	976.9	890.7	947.3	1,248.4
4 Shoe stores	164.9	165.1	142.7	123.3	88.0	107.2	209.9
5 Men's clothing stores	146.1	131.7	122.5	103.5	87.2	105.2	298.3
6 Women's clothing stores	391.6	370.7	322.7	295.8	223.4	249.8	600.8
7 Other clothing stores	417.8	394.6	392.2	368.6	281.5	304.4	742.7
8 Household furniture and appliance stores	708.3	654.5	674.7	685.2	584.8	645.8	1,145.3
9 Household furnishings stores	201.9	192.9	175.0	177.9	148.4	148.0	237.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,128.1	5,067.5	4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5
11 Gasoline service stations	1,313.2	1,280.5	1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5
12 Automotive parts, accessories and service	1,094.2	1,068.1	902.2	893.0	744.6	836.6	1,134.6
13 General merchandise stores	1,855.8	1,815.6	1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3
14 Other semi-durable goods stores	641.8	682.8	537.8	471.5	416.4	425.0	961.0
15 Other durable goods stores	477.6	454.8	424.2	386.1	336.9	369.4	924.4
16 Other retail stores	1,028.6	955.2	861.4	782.2	691.9	695.5	1,445.8
17 Total, all stores	19,298.1	18,812.0	17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5
Regions							
18 Newfoundland	311.7	303.0	284.4	271.7	220.5	222.2	369.3
19 Prince Edward Island	87.1	79.5	67.3	64.3	55.7	57.9	89.3
20 Nova Scotia	592.7	564.8	525.1	504.5	420.1	438.8	692.9
21 New Brunswick	467.0	443.0	396.8	383.5	322.3	325.6	517.2
22 Quebec	4,522.8	4,581.7	4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8
23 Ontario	7,262.4	6,982.2	6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9
24 Manitoba	664.9	643.8	590.0	571.2	480.5	485.1	760.8
25 Saskatchewan	589.1	565.0	517.5	493.7	428.6	447.8	661.6
26 Alberta	2,015.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9
27 British Columbia	2,717.2	2,634.2	2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8
28 Yukon	22.0	19.8	16.4	16.3	13.5	13.1	20.4
29 Northwest Territories	46.1	43.4	41.2	40.1	33.1	33.2	48.5

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
3,985.1	4,071.6	4,197.2	4,112.4	4,449.7	4,285.7	24,443.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
299.8	326.2	326.2	334.0	357.9	337.7	2,037.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2
991.3	1,012.8	1,008.6	998.9	963.5	999.2	5,704.9	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
175.0	160.2	159.8	160.0	134.9	148.1	791.1	Magasins de chaussures	4
162.2	137.5	126.6	112.7	118.2	148.9	696.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
375.7	353.3	362.9	322.4	322.4	340.5	1,853.9	Magasins de vêtements pour dames	6
487.1	423.4	453.3	433.9	357.2	377.5	2,159.2	Autres magasins de vêtements	7
806.4	770.9	763.7	719.1	709.8	708.5	3,953.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
217.7	199.3	200.5	209.1	201.1	201.0	1,044.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,849.0	3,934.8	3,989.8	3,900.4	3,943.1	4,844.1	25,297.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,184.2	1,209.4	1,210.8	1,302.1	1,311.5	1,253.9	6,939.8	Stations-service	11
1,122.0	1,002.8	962.2	1,001.1	1,027.9	1,103.9	5,538.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2,256.8	1,875.9	1,701.7	1,776.6	1,619.9	1,725.4	9,540.5	Magasins de marchandises diverses	13
650.4	583.1	593.6	630.6	610.5	641.9	3,175.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
483.0	413.0	452.8	481.4	469.0	479.9	2,449.0	Autres magasins de produits durables	15
881.5	879.7	912.5	918.2	1,008.0	934.3	5,014.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,927.0	17,354.0	17,422.3	17,412.9	17,604.7	18,530.6	100,638.1	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
304.7	282.9	287.5	294.1	298.7	301.3	1,613.5	Terre-Neuve	18
72.9	72.7	73.8	79.5	81.8	78.9	411.7	Île-du-Prince-Édouard	19
556.9	536.1	542.7	546.8	557.2	575.3	3,046.0	Nouvelle-Écosse	20
435.5	408.2	396.5	411.8	426.8	444.8	2,338.3	Nouveau-Brunswick	21
4,195.2	4,095.7	4,196.8	4,260.3	4,311.2	4,645.7	23,946.6	Québec	22
6,799.1	6,455.2	6,457.4	6,260.0	6,349.0	6,825.3	37,481.8	Ontario	23
606.3	588.4	569.8	573.8	577.9	611.8	3,435.5	Manitoba	24
552.3	549.4	521.0	526.0	529.9	549.4	3,041.6	Saskatchewan	25
1,853.7	1,811.1	1,783.6	1,861.9	1,875.2	1,944.4	10,440.4	Alberta	26
2,493.4	2,496.6	2,537.9	2,539.1	2,534.4	2,490.5	14,544.7	Colombie-Britannique	27
16.6	17.3	17.7	20.4	21.1	20.4	101.1	Yukon	28
40.3	40.2	37.9	39.1	41.5	42.7	237.1	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	92.2	87.9	84.3	77.6	472.5
Prince Edward Island	25.0	22.9	20.1	18.7	119.0
Nova Scotia	165.2	160.5	151.4	142.8	866.4
New Brunswick	140.4	134.7	119.1	115.4	710.7
Quebec	1,479.7	1,479.0	1,327.2	1,217.0	7,563.6
Ontario	2,216.9	2,127.6	1,999.9	1,948.1	11,679.1
Manitoba	198.7	191.1	180.6	176.0	1,035.8
Saskatchewan	181.8	171.6	161.0	150.4	938.8
Alberta	603.1	587.3	547.0	533.9	3,201.6
British Columbia	851.8	846.5	797.8	778.1	4,628.8
Yukon	6.6	5.9	5.1	4.9	31.0
Northwest Territories	22.5	22.4	21.6	20.0	120.3
Total	5,983.8	5,837.3	5,415.2	5,182.7	31,367.5

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	92.2	87.9	84.3	77.6	64.2	66.4	169.8
Prince Edward Island	25.0	22.9	20.1	18.7	16.1	16.3	37.8
Nova Scotia	165.2	160.5	151.4	142.8	120.3	126.3	304.1
New Brunswick	140.4	134.7	119.1	115.4	99.2	101.8	229.1
Quebec	1,479.7	1,479.0	1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0
Ontario	2,216.9	2,127.6	1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6
Manitoba	198.7	191.1	180.6	176.0	141.9	147.5	328.4
Saskatchewan	181.8	171.6	161.0	150.4	130.9	143.1	283.7
Alberta	603.1	587.3	547.0	533.9	448.9	481.5	1,019.8
British Columbia	851.8	846.5	797.8	778.1	657.7	696.8	1,399.7
Yukon	6.6	5.9	5.1	4.9	4.4	4.1	8.6
Northwest Territories	22.5	22.4	21.6	20.0	17.1	16.7	27.4
Total	5,983.8	5,837.3	5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0

TABLERAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-0.2	1.5	-1.5	-4.3	-1.5	Terre-Neuve
4.5	3.6	0.8	-2.6	0.8	Île-du-Prince-Édouard
3.6	6.6	2.2	-1.6	2.2	Nouvelle-Écosse
4.3	4.1	0.1	0.7	3.2	Nouveau-Brunswick
3.8	5.3	2.4	4.7	4.7	Québec
2.9	4.0	2.5	4.0	4.5	Ontario
7.3	4.7	2.7	2.5	4.7	Manitoba
3.7	0.7	-6.5	-8.6	-1.1	Saskatchewan
3.4	2.1	-2.4	-1.6	0.2	Alberta
5.2	5.3	2.2	1.6	3.9	Colombie-Britannique
-4.7	-3.8	-17.5	-6.6	-6.9	Yukon
5.9	6.4	5.2	4.5	4.4	Territoires du Nord-Ouest
3.7	4.3	1.5	2.3	3.6	Total

TABLERAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
127.0	101.8	94.4	97.8	91.1	92.3	472.5	Terre-Neuve
25.8	22.8	23.8	27.4	25.7	23.9	119.0	Île-du-Prince-Édouard
207.1	172.2	168.2	166.3	155.4	159.4	866.4	Nouvelle-Écosse
167.0	142.7	130.2	137.4	126.2	134.7	710.7	Nouveau-Brunswick
1,483.9	1,376.4	1,381.6	1,409.2	1,344.5	1,425.3	7,563.6	Québec
2,520.6	2,232.9	2,199.1	2,133.7	2,025.9	2,154.3	11,679.1	Ontario
222.6	199.9	180.9	190.7	172.0	185.2	1,035.8	Manitoba
198.0	183.3	168.0	176.1	164.0	175.3	938.8	Saskatchewan
680.6	605.2	584.1	630.0	567.7	583.0	3,201.6	Alberta
944.6	864.0	866.9	848.5	806.1	809.4	4,628.8	Colombie-Britannique
6.2	6.2	6.4	7.4	7.2	6.9	31.0	Yukon
22.2	22.2	20.0	20.1	20.6	21.3	120.3	Territoires du Nord-Ouest
6,605.5	5,929.5	5,823.6	5,844.6	5,506.6	5,771.0	31,367.5	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index Indice des prix	Current dollars Dollars courants	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1986 dollars Dollars constants 1986	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,298.1	4.1	16,184.3	1.4
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,548.4	0.3	14,787.4	-0.3	Avril
119.0	17,657.9	0.6	14,832.9	0.3	Mai
118.9	17,770.8	0.6	14,942.0	0.7	Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPE DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Epicerie (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)

6352 Paint and body repair shops

6353 Muffler replacement shops

6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department stores

6412 General stores

6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and stationery stores

6521 Florist shops

6522 Lawn and garden centres

6531 Hardware stores

6532 Paint, glass and wallpaper stores

6581 Toy and hobby stores

6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting goods stores

6542 Bicycle shops

6551 Musical instrument stores

6552 Record and tape stores

6561 Jewellery stores

6562 Watch and jewellery repair shops

6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor stores

6022 Wine stores

6023 Beer stores

6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.

6592 Opticians' shops

6593 Art galleries and artists' supply stores

6594 Luggage and leather goods stores

6595 Monument and tombstone dealers

6596 Pet stores

6597 Coin and stamp dealers

6598 Mobile home dealers

6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Canada 

CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION
OF OUR GREAT NATION

UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

Canada: A Portrait is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54^e édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés : **Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

Un portrait du Canada... un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.



DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly-defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With **Custom FamEx Tabulations** you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get

Custom FamEx Tabulations in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis*.

Avec **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles**, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles** dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

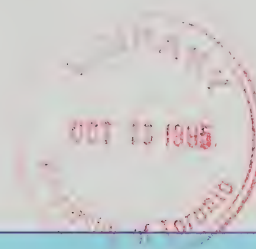
July 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Juillet 1995

Gouvernement
du Canada



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,

Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiinologique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,

Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

July 1995

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Juillet 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 7

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Octobre 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 7

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact John Svab (613) 951-3549, Monthly Retail Trade Section.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549, Section mensuelle du commerce de détail.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers spent less on goods in July as retail sales declined for the first time in four months. Retail sales slipped 0.3% to \$17.7 billion after a 0.4% increase in June. The relatively flat 1995 trend in retail trade contrasts with the general growth observed from early 1992 to November 1994. Nonetheless, sales in July were 2.9% higher than in July 1994.

When the effect of price changes is removed and retail sales are expressed in real terms, July 1995 sales were 0.5% higher than in July 1994. The growth came almost entirely from motor vehicles (+4.7% from July 1994). Actually, sales in the rest of the retail industry were 0.7% below those of last year.

In July, retail sales decreased in four of the seven sectors, accounting for almost 60% of total sales. The automotive, clothing and general merchandise sectors decreased the most in dollar terms. Partly offsetting these decreases were higher sales by the other retail, food and furniture sectors. The decline was concentrated in six provinces and territories.

Consumers reduced their purchases of cars and clothes

Despite lower interest rates, sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and services outlets) dropped 0.8% after rising in May and June. Automotive sector retailers recorded increases from February 1992 until November 1994. From December to July, however, the sales trend in the automotive sector levelled off.

FAITS SAILLANTS

En juillet, les consommateurs ont réduit leurs dépenses en biens, les ventes au détail ayant baissé pour la première fois en quatre mois. Les ventes au détail ont baissé de 0.3% pour s'établir à \$17.7 milliards, après avoir enregistré une hausse de 0.4% en juin. En 1995, la tendance relativement calme du commerce de détail fait contraste avec la croissance générale observée depuis le début de 1992 jusqu'à novembre 1994. Toutefois, les ventes en juillet sont supérieures de 2.9% à celles de juillet 1994.

Lorsque l'effet des changements de prix est éliminé et que les ventes au détail sont exprimées en termes réels, les ventes de juillet 1995 sont de 0.5% au-dessus de celles de juillet 1994. La croissance provient essentiellement des ventes de véhicules automobiles (en hausse de 4.7% par rapport à juillet 1994). En fait, les ventes dans le reste de l'industrie sont inférieures de 0.7% à celles de juillet l'an dernier.

Quatre des sept secteurs du commerce de détail ont connu une baisse de leurs ventes en juillet, lesquelles représentaient presque 60% des ventes totales. Les ventes des secteurs de l'automobile, du vêtement et des magasins de marchandises diverses sont celles qui diminuent le plus, en dollars. Ces baisses ont été partiellement contrebalancées par des ventes plus élevées dans les secteurs des autres magasins de détail, des aliments et du meuble. La baisse en juillet est concentrée dans six provinces et territoires.

Les consommateurs réduisent leurs achats d'automobiles et de vêtements

Malgré des taux d'intérêt à la baisse, les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasions, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et services) ont baissé de 0.8% après des hausses en mai et juin. Les détaillants du secteur de l'automobile ont enregistré des augmentations de février 1992 à novembre 1994. Toutefois, au cours des huit derniers mois, les ventes se sont stabilisées.

Sales by new and used motor vehicle dealers declined 0.9% in July after a 2.8% rise in June. The number of new motor vehicles sold fell 5.7% in July. Gasoline service station sales declined 0.7% in July, a second consecutive monthly decline. However, this was mainly due to lower gas prices in June and July following four months of increases.

Slow sales in the clothing sector were also an important contributor to the overall sales decline. Sales by the clothing sector have slowed in recent months after strong growth since early 1994. Three of the four components of the clothing sector decreased in July: women's clothing stores (-7.6%), shoe stores (-3.3%) and men's clothing stores (-1.4%). The decline in women's clothing was particularly significant and more than offset the 5.6% rise in June.

Mixed results in the provinces and territories

Six provinces and territories recorded monthly decreases in sales. The largest drops in dollar terms were in British Columbia (-2.2%) and Ontario (-0.7%). Ontario's decline came after two consecutive monthly gains. Among the provinces and territories that posted monthly increases, Quebec's retailers recorded a 1.1% gain in July after five declines in the previous six months.

Despite July's drop, retailers in New Brunswick, Manitoba and Saskatchewan have shown sustained growth over the last four months. In fact, Manitoba's retailers put in their best monthly performance since the start of the year. Moreover, after a 1.5% decline in January 1995, sales have been up for six months (February to July). Compared with July 1994, sales were 9.2% higher in July 1995. New Brunswick and Saskatchewan showed a similar pattern of four consecutive monthly increases. These resulted in year-over-year increases of 5.0% and 7.2% respectively over July 1994.

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves et d'occasions ont diminué de 0.9% en juillet faisant suite à un gain de 2.8% en juin; les ventes de véhicules automobiles neufs, en unités, ont chuté de 5.7% en juillet. Les ventes des stations-service ont baissé de 0.7% en juillet, ce qui constitue une deuxième baisse mensuelle consécutive. Cependant, cette diminution est due principalement à la baisse du prix de l'essence en juin et en juillet, après quatre hausses mensuelles consécutives.

Le secteur du vêtement a aussi joué un rôle important dans la baisse générale. Les ventes du secteur du vêtement ont ralenti au cours des derniers mois, à la suite d'une forte croissance depuis le début de 1994. Trois des quatre composantes liées aux vêtements ont enregistré une baisse: les magasins de vêtements pour dames (-7.6%), les magasins de chaussures (-3.3%) et les magasins de vêtements pour hommes (-1.4%). La baisse dans les magasins de vêtements pour dames a été particulièrement forte et a plus que contrebalancé l'augmentation de 5.6% en juin.

Résultats provinciaux différents

Six provinces et territoires ont déclaré des baisses mensuelles en juillet. Les diminutions les plus significatives, en dollars, ont été signalées en Colombie-Britannique (-2.2%) et en Ontario (-0.7%). La baisse en Ontario fait suite à deux hausses mensuelles consécutives. Parmi les provinces et les territoires qui ont affiché des hausses mensuelles, les détaillants du Québec ont rapporté une hausse de 1.1% en juillet, après cinq baisses mensuelles dans les six mois précédents.

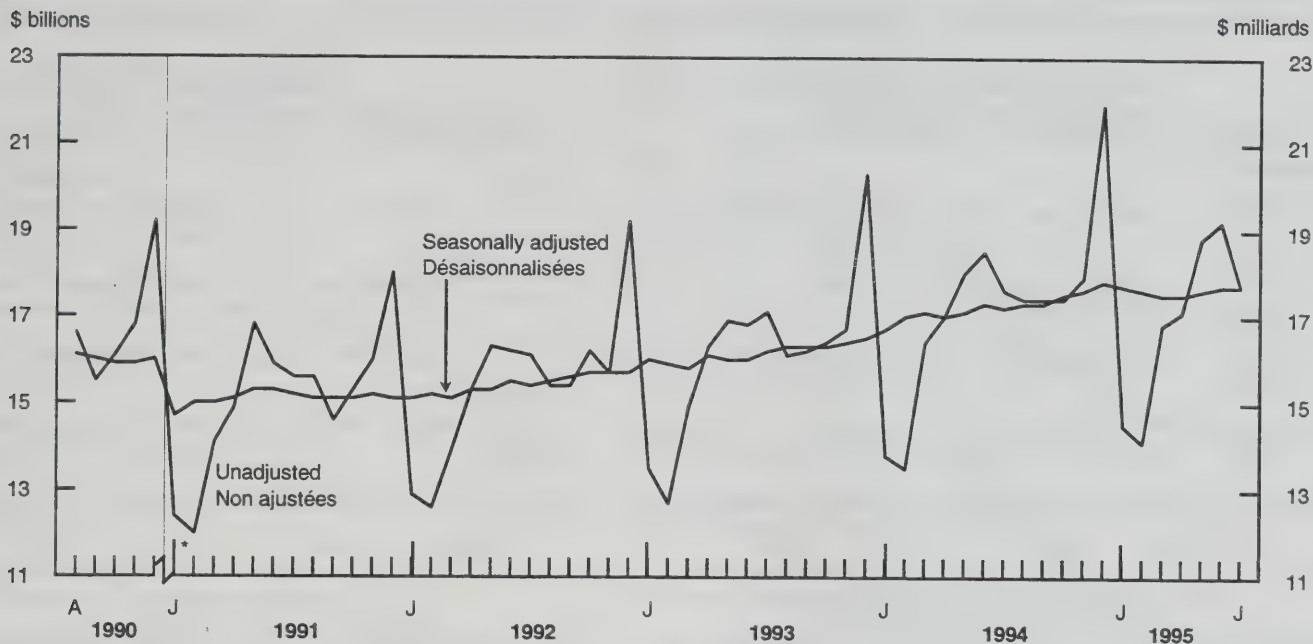
Malgré la baisse de juillet, les détaillants du Nouveau-Brunswick, du Manitoba et de la Saskatchewan ont déclaré une croissance soutenue de leurs ventes au cours des quatre derniers mois. Le Manitoba a enregistré la meilleure performance mensuelle depuis le début de l'année 1995. En effet, après une baisse de 1.5% enregistrée en janvier 1995, les ventes affichent des hausses depuis les six derniers mois. Comparativement à juillet 1994, les ventes de la province sont supérieures de 9.2% en juillet 1995. Le Nouveau-Brunswick et la Saskatchewan ont tous deux suivi un mouvement de quatre hausses mensuelles consécutives. Ceci a amené des augmentations annuelles de 5.0% et 7.2% respectivement en juillet 1995 par rapport à l'année dernière.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

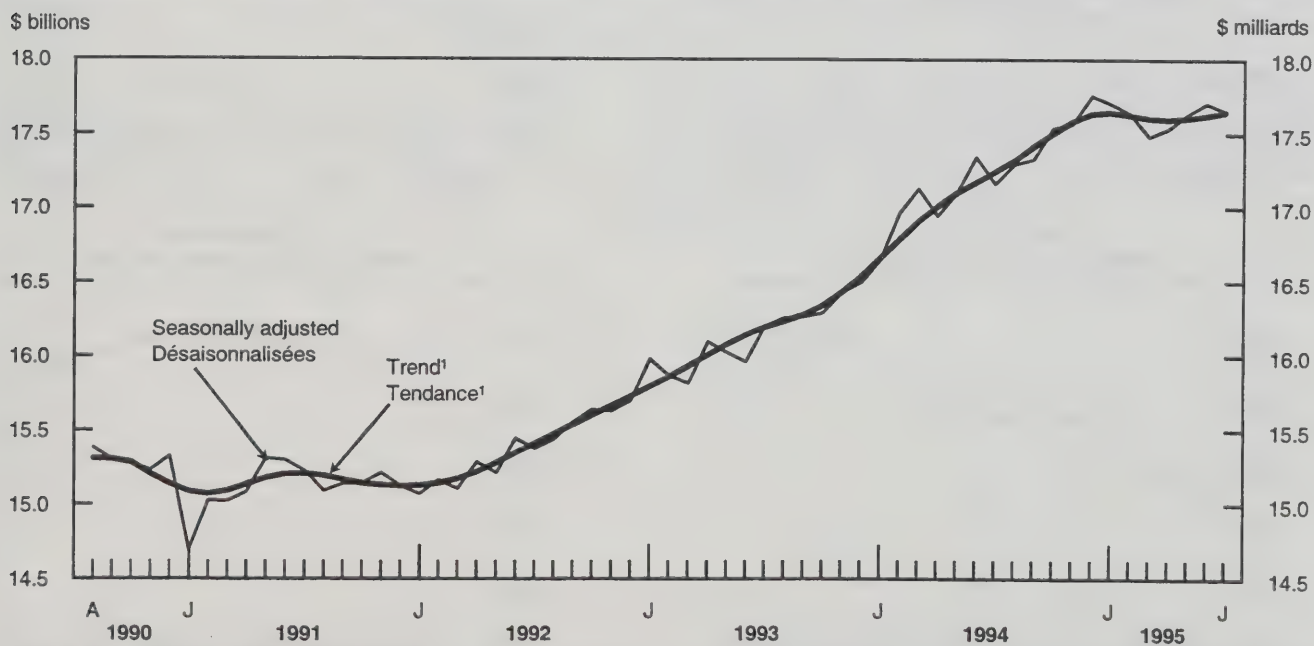
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

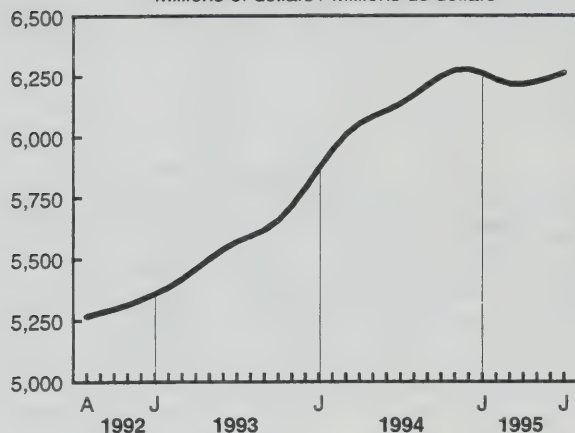
¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

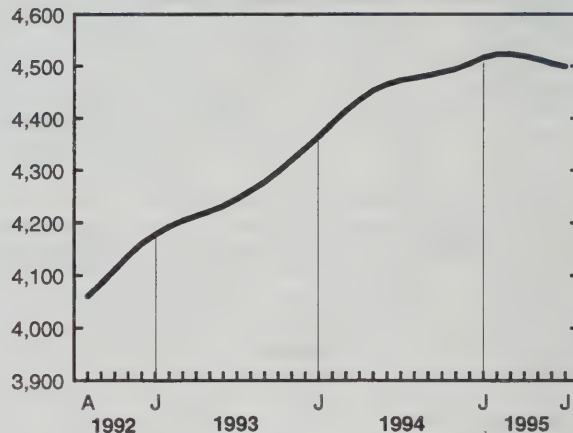
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

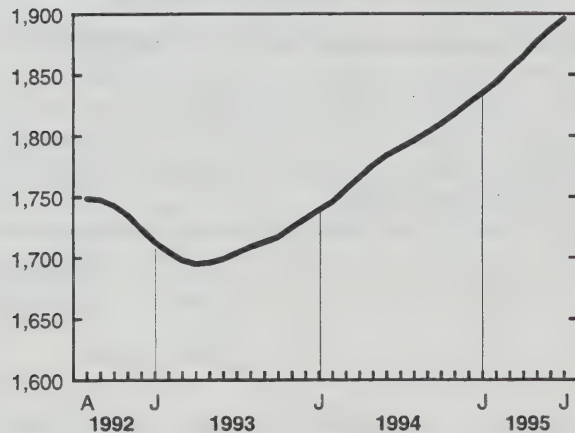
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



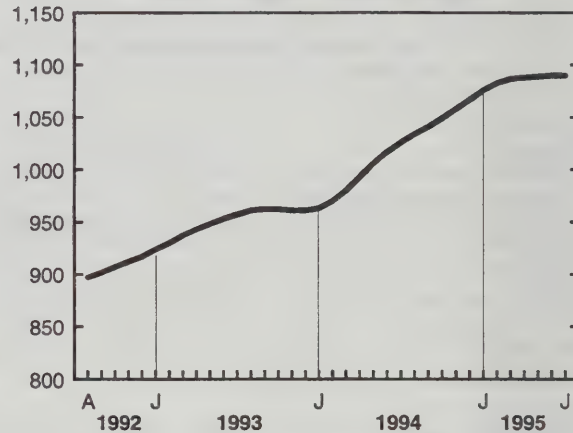
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars

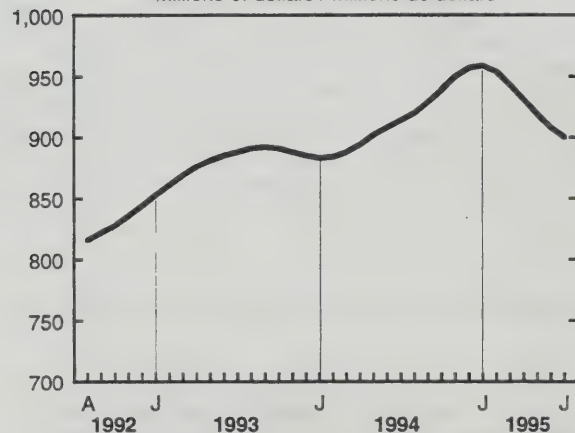


Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



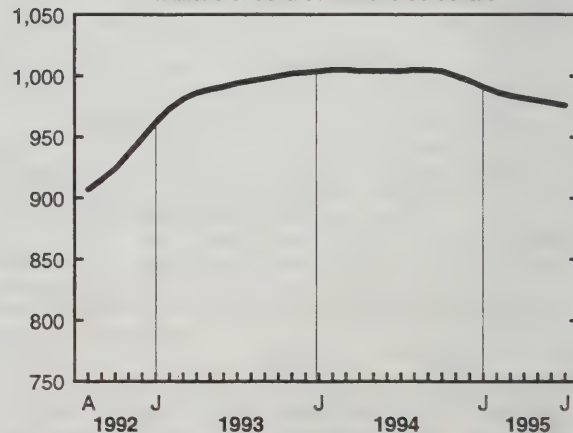
Furniture / Meubles

Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments

Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,154.6	4,138.8	4,181.6	4,202.8	29,171.6	0.4	-1.0
2	All other food stores	342.3	350.5	357.1	359.1	2,469.2	-2.3	-1.8
3	Drugs and patent medicine stores	974.9	975.7	981.1	985.2	6,872.5	-0.1	-0.5
4	Shoe stores	152.5	157.8	153.7	139.7	1,048.4	-3.3	2.7
5	Men's clothing stores	135.7	137.7	134.4	132.1	961.2	-1.4	2.4
6	Women's clothing stores	354.2	383.4	363.1	339.6	2,502.9	-7.6	5.6
7	Other clothing stores	438.6	437.8	439.1	442.0	3,084.3	0.2	-0.3
8	Household furniture and appliance stores	719.8	714.8	720.1	747.0	5,184.0	0.7	-0.7
9	Household furnishings stores	185.0	186.8	188.2	193.5	1,333.3	-1.0	-0.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,088.7	4,126.2	4,012.9	3,997.5	28,408.1	-0.9	2.8
11	Gasoline service stations	1,211.8	1,220.0	1,254.1	1,210.1	8,410.0	-0.7	-2.7
12	Automotive parts, accessories and services	959.9	964.4	948.9	925.0	6,753.4	-0.5	1.6
13	General merchandise stores	1,897.8	1,910.4	1,882.7	1,849.2	13,104.7	-0.7	1.5
14	Other semi-durable goods stores	610.8	602.4	602.7	596.3	4,192.2	1.4	-
15	Other durable goods stores	475.3	467.0	467.9	477.6	3,330.3	1.8	-0.2
16	Other retail stores	960.7	942.3	954.0	947.0	6,588.8	2.0	-1.2
17	Total, all stores	17,662.6	17,715.9	17,641.7	17,543.7	123,414.8	-0.3	0.4
Regions								
18	Newfoundland	294.3	290.3	292.4	298.3	2,035.8	1.4	-0.7
19	Prince Edward Island	75.5	76.8	76.0	73.1	522.5	-1.7	1.0
20	Nova Scotia	525.1	529.5	537.8	546.2	3,748.8	-0.8	-1.5
21	New Brunswick	425.6	422.7	418.3	415.3	2,909.8	0.7	1.0
22	Quebec	4,106.0	4,060.6	4,085.7	4,124.3	28,855.9	1.1	-0.6
23	Ontario	6,578.6	6,627.7	6,598.3	6,455.8	46,099.1	-0.7	0.4
24	Manitoba	626.5	619.9	618.3	604.8	4,249.3	1.1	0.3
25	Saskatchewan	560.6	551.9	543.3	538.0	3,772.0	1.6	1.6
26	Alberta	1,855.1	1,862.6	1,863.7	1,826.1	12,848.2	-0.4	-0.1
27	British Columbia	2,554.9	2,613.1	2,547.7	2,601.7	17,956.2	-2.2	2.6
28	Yukon	18.7	18.7	18.3	18.1	127.0	0.2	2.0
29	Northwest Territories	41.8	42.0	41.9	42.1	290.3	-0.6	0.4

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
May 1995 Mai	April 1995 Avril	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
							Groupe de commerce - Canada
-0.5	1.6	-1.0	-0.1	0.6	2.1	0.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-0.5	1.2	6.3	11.7	22.7	25.6	19.3	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.4	1.1	-2.7	-2.5	-1.8	-1.7	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
10.0	-9.2	2.8	8.7	4.4	-3.7	2.4	Magasins de chaussures 4
1.8	-2.2	-3.4	-3.7	-4.8	-12.0	-6.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
6.9	-3.8	4.7	13.1	10.5	4.7	9.3	Magasins de vêtements pour dames 6
-0.6	0.4	8.7	9.7	14.4	19.3	17.3	Autres magasins de vêtements 7
-3.6	-0.1	-0.6	-1.2	-	5.4	4.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-2.7	0.2	-4.0	-1.0	-0.4	4.3	0.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
0.4	-0.6	9.0	2.5	3.1	4.4	5.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.6	1.6	1.5	2.6	6.3	3.4	1.4	Stations-service 11
2.6	-4.4	-3.2	-2.2	-1.5	-6.2	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.8	-0.2	6.6	6.2	6.2	5.1	5.1	Magasins de marchandises diverses 13
1.1	0.3	0.6	0.6	1.3	0.6	1.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
-2.0	-0.2	0.1	-1.2	-0.2	2.2	2.0	Autres magasins de produits durables 15
0.7	5.7	6.2	6.8	9.4	10.6	8.3	Autres magasins de vente au détail 16
0.6	0.3	2.9	2.1	3.2	3.5	3.4	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
-2.0	3.9	3.7	0.9	3.2	5.6	2.7	Terre-Neuve 18
4.0	-0.6	6.8	7.2	5.9	2.2	3.6	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.5	3.8	-1.9	-1.1	2.0	2.5	-0.4	Nouvelle-Écosse 20
0.7	1.8	5.0	1.7	1.6	3.1	0.5	Nouveau-Brunswick 21
-0.9	0.3	-1.4	-4.4	-3.1	-	-1.5	Québec 22
2.2	-1.6	4.5	4.1	5.6	3.9	5.8	Ontario 23
2.2	1.1	9.2	6.5	11.1	5.6	5.6	Manitoba 24
1.0	4.8	7.2	6.0	5.5	3.3	4.8	Saskatchewan 25
2.1	1.2	1.7	1.0	2.2	-0.2	0.9	Alberta 26
-2.1	2.0	5.1	8.0	6.4	10.8	8.5	Colombie-Britannique 27
1.0	1.2	5.6	7.4	4.2	1.8	2.8	Yukon 28
-0.6	2.4	8.4	7.9	7.5	9.8	7.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	4,245.4	4,357.3	4,233.9	4,122.3	28,676.5
2	All other food stores	364.3	382.2	369.5	368.8	2,402.8
3	Drugs and patent medicine stores	923.3	979.6	974.6	937.4	6,629.9
4	Shoe stores	137.5	165.6	165.1	142.7	929.3
5	Men's clothing stores	115.2	146.7	131.7	122.5	812.1
6	Women's clothing stores	323.0	393.2	370.7	322.7	2,178.5
7	Other clothing stores	377.0	417.9	394.6	392.2	2,536.3
8	Household furniture and appliance stores	700.9	702.4	654.5	674.7	4,648.4
9	Household furnishings stores	190.0	199.7	192.9	175.0	1,231.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,226.2	5,111.0	5,067.5	4,279.0	29,506.1
11	Gasoline service stations	1,328.1	1,303.5	1,280.5	1,109.7	8,258.2
12	Automotive parts, accessories and services	985.7	1,084.0	1,068.1	902.2	6,514.2
13	General merchandise stores	1,699.6	1,853.2	1,815.6	1,686.0	11,237.5
14	Other semi-durable goods stores	613.6	645.9	682.8	537.8	3,792.9
15	Other durable goods stores	469.3	471.2	454.8	424.2	2,911.9
16	Other retail stores	1,038.7	1,017.0	955.2	861.4	6,041.9
17	Total, all stores	17,737.9	19,230.5	18,812.0	17,058.7	118,308.5
Regions						
18	Newfoundland	302.4	313.8	303.0	284.4	1,917.9
19	Prince Edward Island	86.0	87.4	79.5	67.3	498.0
20	Nova Scotia	534.4	586.6	564.8	525.1	3,574.2
21	New Brunswick	439.7	465.6	443.0	396.8	2,776.7
22	Quebec	4,149.2	4,508.3	4,581.7	4,200.5	28,081.3
23	Ontario	6,483.3	7,212.3	6,982.2	6,165.8	43,915.0
24	Manitoba	618.3	666.3	643.8	590.0	4,055.2
25	Saskatchewan	563.8	592.1	565.0	517.5	3,608.4
26	Alberta	1,871.8	2,012.3	1,951.7	1,781.2	12,309.2
27	British Columbia	2,622.4	2,717.8	2,634.2	2,472.3	17,167.7
28	Yukon	22.6	22.2	19.8	16.4	123.9
29	Northwest Territories	44.0	45.8	43.4	41.2	280.8

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
-4.6	1.7	1.7	-0.8	- -	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
1.8	13.2	23.1	31.8	18.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-4.2	-2.0	-0.4	-3.8	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
1.9	11.8	5.1	-5.6	2.7	Magasins de chaussures 4
-2.5	-1.5	-3.3	-14.8	-6.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
0.2	15.5	11.4	1.8	7.9	Magasins de vêtements pour dames 6
5.5	10.7	12.6	17.5	15.3	Autres magasins de vêtements 7
-1.2	-0.9	-0.2	3.0	4.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-5.5	-0.7	2.6	0.4	0.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
7.2	5.5	5.8	-2.4	5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1.3	4.0	7.1	2.4	1.8	Stations-service 11
-4.1	-1.8	-0.5	-10.0	-1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
4.9	7.4	8.1	3.2	4.9	Magasins de marchandises diverses 13
0.5	0.6	3.0	0.4	1.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
0.1	-1.8	-0.2	2.1	1.8	Autres magasins de produits durables 15
3.0	8.9	10.7	8.7	7.6	Autres magasins de vente au détail 16
0.8	3.8	4.6	0.1	3.0	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
1.2	4.1	4.9	2.0	2.5	Terre-Neuve 18
5.1	10.8	6.9	-1.2	3.9	Île-du-Prince-Édouard 19
-4.1	2.0	3.7	-1.4	-0.4	Nouvelle-Écosse 20
3.0	4.7	3.3	-1.3	0.5	Nouveau-Brunswick 21
-3.8	-3.0	-1.7	-3.6	-2.0	Québec 22
2.1	5.7	7.4	0.4	5.2	Ontario 23
7.0	8.9	11.3	3.2	5.3	Manitoba 24
6.4	7.8	7.1	-1.5	4.4	Saskatchewan 25
-0.2	3.5	3.2	-3.0	0.6	Alberta 26
3.5	9.1	8.1	9.1	8.3	Colombie-Britannique 27
7.2	8.5	8.8	-2.8	3.9	Yukon 28
6.1	7.3	10.8	10.0	7.4	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	12,713.5	11,717.6	12,778.9	12,759.4	12,605.3
2	All other food stores	1,120.5	918.1	1,036.8	1,018.2	917.7
3	Drugs and patent medicine stores	2,891.7	2,814.9	3,252.5	2,971.0	2,952.5
4	Shoe stores	473.3	318.5	545.1	454.7	456.3
5	Men's clothing stores	401.0	295.9	598.0	357.5	428.9
6	Women's clothing stores	1,086.6	769.0	1,329.7	1,007.8	990.2
7	Other clothing stores	1,204.8	954.5	1,653.2	1,244.4	1,061.8
8	Household furniture and appliance stores	2,031.6	1,915.8	2,722.7	2,192.6	2,019.9
9	Household furnishings stores	567.6	474.2	654.0	610.7	563.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,457.5	10,822.3	11,195.3	11,833.4	14,020.9
11	Gasoline service stations	3,693.8	3,236.3	3,576.0	3,824.3	3,533.4
12	Automotive parts, accessories and services	3,054.3	2,474.3	3,259.5	2,991.1	3,179.9
13	General merchandise stores	5,354.8	4,183.1	7,344.0	5,098.2	5,039.3
14	Other semi-durable goods stores	1,866.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7	1,840.5
15	Other durable goods stores	1,350.2	1,092.4	1,820.3	1,403.1	1,350.9
16	Other retail stores	2,833.6	2,169.6	3,206.9	2,838.7	2,589.8
17	Total, all stores	55,101.2	45,469.4	57,167.5	52,439.8	53,550.7
	Newfoundland					
1	Supermarkets and grocery stores	288.1	252.8	269.9	289.5	269.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	69.1	66.2	75.8	64.9	65.6
4	Shoe stores	5.4	3.3	7.3	5.7	5.2
5	Men's clothing stores	3.7	2.5	7.7	3.5	3.9
6	Women's clothing stores	12.0	8.2	21.2	13.4	12.3
7	Other clothing stores	9.1	7.2	17.3	9.9	8.1
8	Household furniture and appliance stores	20.9	17.3	37.7	24.3	20.9
9	Household furnishings stores	3.7	2.9	5.0	4.0	3.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	191.0	119.2	119.4	158.3	192.8
11	Gasoline service stations	87.2	76.9	85.8	79.5	72.0
12	Automotive parts, accessories and services	42.8	34.0	44.7	42.4	46.0
13	General merchandise stores	100.8	73.2	167.4	114.0	103.8
14	Other semi-durable goods stores	30.9	20.0	39.7	31.8	29.2
15	Other durable goods stores	8.8	7.2	19.4	11.8	11.8
16	Other retail stores	18.5	15.7	32.1	22.1	19.1
17	Total, all stores	901.2	714.3	956.9	880.3	869.0

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Canada	
0.9	0.8	3.6	4.2	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.1	22.5	18.7	16.2	2.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-2.1	-1.6	-0.5	1.0	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.7	1.6	8.9	10.3	9.0	Magasins de chaussures	4
-6.5	-6.8	-8.6	-5.0	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
9.7	8.8	11.7	4.1	2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
13.5	22.3	18.2	12.5	7.9	Autres magasins de vêtements	7
0.6	10.3	8.0	1.7	2.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.8	3.3	1.4	3.5	0.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.1	7.8	13.3	10.8	15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.5	-1.0	0.3	-0.2	-0.5	Stations-service	11
-3.9	1.6	9.0	8.1	10.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.3	3.3	5.7	4.3	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
1.4	0.9	7.8	10.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-0.1	5.1	6.3	8.9	7.8	Autres magasins de produits durables	15
9.4	7.6	11.7	8.3	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
2.9	4.0	7.1	6.1	7.1	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
6.8	5.2	-1.8	6.1	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.4	3.8	5.4	4.8	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.9	-10.2	1.1	3.6	4.2	Magasins de chaussures	4
-5.4	3.9	-4.7	-2.8	8.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.1	0.1	4.2	-2.1	0.3	Magasins de vêtements pour dames	6
12.7	14.3	-44.3	-47.0	-53.0	Autres magasins de vêtements	7
0.1	2.3	9.7	-0.3	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4.6	8.8	-3.1	2.8	-2.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-0.9	-5.2	5.7	5.8	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
21.2	14.6	9.5	-10.9	-8.7	Stations-service	11
-7.0	2.2	-9.2	8.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.9	-11.8	6.7	7.8	5.5	Magasins de marchandises diverses	13
5.9	9.4	26.1	12.6	8.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-25.4	-27.6	3.3	4.7	9.5	Autres magasins de produits durables	15
-3.1	-8.4	0.4	-2.1	-11.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.7	1.7	2.1	2.5	3.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	58.0	50.9	55.2	56.7	50.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.2	15.7	16.9	16.7	16.1
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	3.5	2.1	5.6	6.8	3.6
8	Household furniture and appliance stores	5.5	5.0	7.6	6.7	6.1
9	Household furnishings stores	1.3	1.1	1.9	2.4	2.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	54.9	34.4	40.9	40.7	53.1
11	Gasoline service stations	26.4	21.1	23.1	28.6	23.6
12	Automotive parts, accessories and services	13.2	9.9	14.3	13.8	14.3
13	General merchandise stores	22.2	15.1	32.0	24.0	21.6
14	Other semi-durable goods stores	10.8	7.0	11.1	11.5	8.8
15	Other durable goods stores	2.8	1.9	4.0	2.9	2.4
16	Other retail stores	11.0	8.5	12.5	15.3	11.3
17	Total, all stores	234.2	177.8	235.0	235.1	221.3
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	454.3	419.5	458.5	473.4	439.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	118.7	112.7	127.6	111.8	108.2
4	Shoe stores	10.2	6.2	11.2	9.5	8.9
5	Men's clothing stores	7.0	5.7	12.9	6.3	6.9
6	Women's clothing stores	24.5	18.5	39.6	27.7	26.4
7	Other clothing stores	25.0	20.9	44.9	28.2	22.1
8	Household furniture and appliance stores	35.8	32.7	53.0	41.7	38.3
9	Household furnishings stores	10.9	9.6	16.8	14.8	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	418.2	298.7	298.7	336.2	415.3
11	Gasoline service stations	123.0	102.5	124.4	140.1	139.4
12	Automotive parts, accessories and services	78.0	60.0	85.3	76.2	86.5
13	General merchandise stores	167.0	125.1	266.3	171.3	162.1
14	Other semi-durable goods stores	50.2	37.9	70.2	52.4	48.1
15	Other durable goods stores	27.9	20.0	40.8	26.2	24.0
16	Other retail stores	97.1	71.8	109.0	105.7	93.7
17	Total, all stores	1,676.5	1,363.4	1,785.9	1,646.7	1,652.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
14.5	9.3	7.3	-1.3	-1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.9	1.9	-4.9	-0.5	-3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-4.0	-7.5	7.2	30.2	28.3	Autres magasins de vêtements	7
-9.9	-1.7	-5.9	7.8	10.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-42.1	-38.0	-20.9	16.6	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.5	-0.1	13.9	-0.9	12.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.8	-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	Stations-service	11
-7.7	-4.5	0.4	-1.3	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.6	-8.1	-1.4	6.5	3.9	Magasins de marchandises diverses	13
22.5	18.4	6.2	-10.5	-7.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
14.5	-6.4	-6.7	-10.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
-2.3	-1.4	1.7	7.8	0.4	Autres magasins de vente au détail	16
5.8	0.9	2.5	-0.4	3.1	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
3.5	8.5	5.1	3.7	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
9.7	1.0	0.6	3.2	-0.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
14.7	-7.4	-0.3	7.6	10.5	Magasins de chaussures	4
1.0	6.4	-14.8	-9.6	-11.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
-7.0	-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
13.2	17.2	26.7	21.4	11.2	Autres magasins de vêtements	7
-6.5	-10.9	-	2.7	2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-16.9	7.1	31.6	21.7	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
0.7	-4.6	7.4	-1.8	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-11.8	-27.2	-28.5	-22.5	-13.1	Stations-service	11
-9.8	3.3	3.4	0.9	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.0	-1.7	1.0	-0.3	-1.2	Magasins de marchandises diverses	13
4.4	1.6	9.9	4.6	0.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.0	5.0	0.7	-0.2	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
3.6	-3.8	0.9	-0.4	-0.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.4	-1.1	1.5	-0.6	-0.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	316.6	282.4	308.0	319.6	313.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	107.0	101.6	113.6	96.5	94.3
4	Shoe stores	9.5	5.8	10.8	8.3	8.1
5	Men's clothing stores	6.5	4.8	12.5	7.3	8.3
6	Women's clothing stores	23.1	15.7	32.7	23.1	21.8
7	Other clothing stores	15.9	11.9	26.0	18.7	15.5
8	Household furniture and appliance stores	33.6	31.5	51.7	37.2	34.0
9	Household furnishings stores	11.5	8.8	13.2	11.2	10.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	342.3	223.5	232.3	241.9	323.9
11	Gasoline service stations	96.2	94.4	116.1	123.4	109.3
12	Automotive parts, accessories and services	84.7	65.1	90.6	84.3	82.1
13	General merchandise stores	129.8	97.6	203.8	138.7	139.9
14	Other semi-durable goods stores	37.3	23.6	40.9	30.6	30.9
15	Other durable goods stores	20.1	15.1	33.5	22.3	20.0
16	Other retail stores	58.9	44.0	68.0	64.1	53.9
17	Total, all stores	1,305.5	1,031.5	1,361.0	1,235.1	1,275.8
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,397.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8	3,610.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	660.2	663.8	741.8	733.3	745.4
4	Shoe stores	160.5	95.3	186.5	150.7	156.3
5	Men's clothing stores	104.3	66.7	144.8	94.6	116.0
6	Women's clothing stores	315.4	211.0	336.1	281.2	280.9
7	Other clothing stores	370.8	264.4	428.2	339.9	318.8
8	Household furniture and appliance stores	603.0	460.3	627.9	561.8	526.2
9	Household furnishings stores	158.9	106.2	145.8	142.7	138.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,228.7	2,258.9	2,331.2	2,783.6	3,610.6
11	Gasoline service stations	753.3	668.4	735.7	755.1	706.6
12	Automotive parts, accessories and services	815.0	608.3	827.2	731.5	815.2
13	General merchandise stores	1,145.0	860.8	1,456.9	1,092.1	1,101.0
14	Other semi-durable goods stores	471.1	329.5	489.9	465.5	466.9
15	Other durable goods stores	295.0	219.7	352.5	273.5	274.7
16	Other retail stores	465.0	352.5	543.0	429.9	455.2
17	Total, all stores	13,290.5	10,641.6	13,251.7	12,768.3	13,661.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
1.0	-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.5	15.2	24.5	21.9	19.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
18.2	12.1	17.3	19.9	22.8	Magasins de chaussures	4
-22.0	-12.3	-19.7	-4.9	9.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.2	3.2	0.2	0.6	-3.0	Magasins de vêtements pour dames	6
2.7	-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	Autres magasins de vêtements	7
-1.4	2.5	7.8	8.7	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.4	15.5	18.9	13.2	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.7	-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-12.0	-1.5	8.0	- -	7.3	Stations-service	11
3.2	14.8	18.5	20.7	15.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-7.2	-8.5	3.9	3.4	9.0	Magasins de marchandises diverses	13
20.7	19.6	2.1	-13.6	-10.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.8	7.2	20.7	30.2	17.0	Autres magasins de produits durables	15
9.4	4.2	2.5	-7.0	-13.0	Autres magasins de vente au détail	16
2.3	-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.9	-4.1	2.4	5.9	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-11.4	-4.4	-7.3	-1.9	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.7	-0.7	6.4	8.1	4.3	Magasins de chaussures	4
-10.1	-9.9	-1.9	2.9	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.3	7.2	15.0	10.0	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
16.3	19.1	17.7	6.8	3.1	Autres magasins de vêtements	7
14.6	22.7	8.0	-1.7	-2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
14.6	18.1	4.0	1.9	-7.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-10.6	-4.8	2.1	1.7	14.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.6	-5.8	2.1	4.1	0.1	Stations-service	11
- -	4.5	6.5	5.5	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.0	1.1	7.0	9.7	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
0.9	12.8	16.9	14.8	15.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.4	6.4	17.6	11.3	11.8	Autres magasins de produits durables	15
2.2	7.0	11.0	6.9	7.0	Autres magasins de vente au détail	16
-2.7	-0.4	4.9	4.9	7.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	4,031.3	3,804.6	4,043.4	3,972.9	3,977.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,129.6	1,077.1	1,247.3	1,130.4	1,115.4
4	Shoe stores	162.7	118.8	196.6	164.0	172.2
5	Men's clothing stores	162.4	122.7	242.9	141.9	178.1
6	Women's clothing stores	406.3	289.2	519.7	375.7	380.1
7	Other clothing stores	426.3	357.7	624.5	462.6	378.4
8	Household furniture and appliance stores	689.9	724.5	1,015.2	815.2	725.5
9	Household furnishings stores	211.3	183.2	264.5	246.3	221.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,629.0	4,381.5	4,684.8	4,503.9	5,321.9
11	Gasoline service stations	1,381.2	1,213.1	1,303.0	1,356.0	1,304.6
12	Automotive parts, accessories and services	1,163.4	980.0	1,265.1	1,142.8	1,216.8
13	General merchandise stores	1,963.9	1,550.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6
14	Other semi-durable goods stores	674.6	478.2	835.8	648.1	648.4
15	Other durable goods stores	513.6	433.0	730.9	541.3	527.6
16	Other retail stores	1,304.0	969.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1
17	Total, all stores	20,360.3	17,071.4	21,601.2	19,066.4	19,466.3
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	492.1	435.6	480.0	478.5	474.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	71.8	65.4	72.9	63.6	63.7
4	Shoe stores	13.0	8.2	13.8	9.8	10.5
5	Men's clothing stores	11.1	8.3	17.5	10.0	12.7
6	Women's clothing stores	28.6	20.8	37.7	29.4	32.0
7	Other clothing stores	37.0	29.5	55.5	38.8	34.5
8	Household furniture and appliance stores	57.5	53.3	82.6	58.6	55.7
9	Household furnishings stores	14.1	12.1	14.7	13.2	13.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	465.8	333.8	352.7	342.0	403.7
11	Gasoline service stations	176.0	151.9	164.3	170.3	146.9
12	Automotive parts, accessories and services	91.1	65.5	86.7	85.5	95.2
13	General merchandise stores	231.6	188.1	322.8	224.1	223.1
14	Other semi-durable goods stores	47.9	37.3	61.8	45.8	51.5
15	Other durable goods stores	56.9	42.3	71.4	50.3	46.6
16	Other retail stores	80.5	63.5	96.1	76.9	73.0
17	Total, all stores	1,900.1	1,536.8	1,955.5	1,721.4	1,761.5

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
1.4	3.4	4.6	2.9	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.3	0.4	2.2	0.6	-1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.5	-1.9	4.4	7.6	11.2	Magasins de chaussures	4
-8.8	-7.5	-12.3	-8.5	2.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.9	11.2	11.5	3.6	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6
12.7	32.3	21.1	16.2	11.5	Autres magasins de vêtements	7
-4.9	9.9	4.4	1.1	0.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.4	-0.6	8.2	13.5	15.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.8	13.1	16.4	11.8	15.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
5.9	-0.4	-0.8	-2.7	-2.2	Stations-service	11
-4.4	1.5	11.0	10.3	13.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.8	6.8	7.7	2.3	2.9	Magasins de marchandises diverses	13
4.0	-0.4	2.6	9.5	4.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.7	9.9	7.1	7.5	3.4	Autres magasins de produits durables	15
14.3	10.7	13.6	11.3	3.1	Autres magasins de vente au détail	16
4.6	7.3	8.6	6.4	6.3	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
3.6	-5.3	0.5	- -	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
12.7	5.9	2.3	-1.9	-4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
24.5	2.1	11.1	-1.1	3.4	Magasins de chaussures	4
-12.7	-13.5	-18.8	-16.2	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-10.6	-9.9	-8.5	-9.6	-3.9	Magasins de vêtements pour dames	6
7.1	9.7	13.8	14.0	6.0	Autres magasins de vêtements	7
3.2	6.3	6.8	-5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
6.2	22.0	0.3	2.3	20.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
15.4	7.5	9.7	3.2	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
19.8	11.0	11.4	13.9	4.1	Stations-service	11
-4.4	-9.0	-8.9	-5.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	0.8	6.8	3.8	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
-7.1	2.6	5.2	-1.2	-7.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
22.0	26.5	26.3	12.9	2.1	Autres magasins de produits durables	15
10.2	0.7	8.1	8.5	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
7.9	1.7	5.1	2.7	3.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Saskatchewan					
1	Supermarkets and grocery stores	409.2	355.3	373.7	388.4	383.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	86.6	84.3	108.3	105.2	109.7
4	Shoe stores	12.0	7.4	12.1	9.7	9.6
5	Men's clothing stores	8.3	6.3	14.3	8.2	11.0
6	Women's clothing stores	24.5	17.5	30.3	23.2	23.9
7	Other clothing stores	33.7	24.1	46.1	31.1	26.6
8	Household furniture and appliance stores	47.9	48.9	66.8	48.7	44.7
9	Household furnishings stores	15.7	14.4	20.1	16.0	15.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	407.8	315.4	371.5	327.6	362.7
11	Gasoline service stations	139.5	121.7	132.8	146.5	131.6
12	Automotive parts, accessories and services	128.2	92.1	131.5	126.9	131.7
13	General merchandise stores	202.0	159.3	258.1	181.9	183.3
14	Other semi-durable goods stores	45.9	34.9	60.1	45.9	52.7
15	Other durable goods stores	36.8	27.3	48.7	38.4	41.1
16	Other retail stores	65.7	51.5	77.3	69.2	63.9
17	Total, all stores	1,674.6	1,370.1	1,763.4	1,576.9	1,602.2
	Alberta					
1	Supermarkets and grocery stores	1,400.5	1,258.2	1,378.9	1,369.5	1,348.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.8	252.9	302.0	262.0	266.3
4	Shoe stores	42.4	29.4	44.9	39.3	32.5
5	Men's clothing stores	39.0	30.7	55.9	31.1	40.5
6	Women's clothing stores	103.0	77.6	137.9	96.3	89.4
7	Other clothing stores	129.6	102.2	185.7	140.4	115.9
8	Household furniture and appliance stores	226.2	234.0	330.0	254.6	252.5
9	Household furnishings stores	52.4	47.0	60.9	59.4	55.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,592.2	1,104.2	1,108.0	1,224.2	1,510.8
11	Gasoline service stations	364.4	325.8	387.7	448.9	403.2
12	Automotive parts, accessories and services	315.9	273.8	392.8	365.9	379.8
13	General merchandise stores	553.7	445.5	758.1	527.4	517.4
14	Other semi-durable goods stores	192.7	125.1	220.3	197.1	199.0
15	Other durable goods stores	146.3	119.8	209.8	174.3	150.1
16	Other retail stores	299.4	233.7	357.5	295.6	274.3
17	Total, all stores	5,745.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7	5,671.9

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
6.6	2.7	1.4	4.6	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-21.1	-20.8	4.5	17.3	22.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
25.3	8.7	27.0	16.3	11.9	Magasins de chaussures	4
-24.6	-27.4	-10.4	-3.9	17.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.5	-0.6	3.2	0.9	-13.1	Magasins de vêtements pour dames	6
26.8	12.8	23.8	12.4	-0.3	Autres magasins de vêtements	7
7.1	19.9	21.3	24.4	28.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.7	10.3	19.3	2.9	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
12.4	10.1	21.7	12.0	13.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.0	7.8	7.1	9.6	9.4	Stations-service	11
-2.7	1.5	41.0	34.4	35.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
10.2	7.5	5.4	3.7	5.7	Magasins de marchandises diverses	13
-12.9	-9.7	-4.2	-1.6	2.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-10.5	-7.9	-14.2	-8.1	4.4	Autres magasins de produits durables	15
2.8	7.0	-7.6	4.5	-0.7	Autres magasins de vente au détail	16
4.5	3.5	9.0	9.1	10.8	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
3.8	-1.2	1.6	4.1	6.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-5.1	-9.1	-8.7	-6.6	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
30.1	23.5	35.4	26.5	12.7	Magasins de chaussures	4
-3.6	-18.7	-24.7	-29.3	-10.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
15.3	12.3	18.9	-10.4	-11.5	Magasins de vêtements pour dames	6
11.9	15.8	20.0	16.7	12.8	Autres magasins de vêtements	7
-10.4	1.8	2.7	-4.7	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-5.7	-10.6	-11.1	-1.7	-2.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.4	3.7	10.6	22.4	30.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-9.6	-3.2	1.4	4.5	6.1	Stations-service	11
-16.8	-2.8	18.0	14.9	19.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.0	3.9	2.7	-0.2	-4.2	Magasins de marchandises diverses	13
-3.1	-18.5	-4.1	4.8	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.6	5.9	6.9	9.8	0.1	Autres magasins de produits durables	15
9.1	6.5	24.1	9.1	6.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	0.2	5.4	6.9	9.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	British Columbia					
1	Supermarkets and grocery stores	1,817.5	1,652.5	1,815.6	1,768.3	1,692.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	373.4	369.4	439.4	379.4	360.9
4	Shoe stores	55.5	42.9	59.5	56.1	51.3
5	Men's clothing stores	56.8	46.9	86.4	52.5	49.8
6	Women's clothing stores	144.7	107.5	169.0	133.0	119.1
7	Other clothing stores	150.5	132.0	214.9	163.7	134.9
8	Household furniture and appliance stores	306.7	304.4	444.9	339.9	312.1
9	Household furnishings stores	86.6	87.8	109.7	99.5	89.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,103.7	1,735.5	1,638.9	1,856.9	1,805.5
11	Gasoline service stations	533.9	450.3	492.5	561.4	484.4
12	Automotive parts, accessories and services	313.8	280.1	315.8	315.9	307.2
13	General merchandise stores	785.2	624.3	1,024.5	743.2	730.9
14	Other semi-durable goods stores	298.4	214.8	356.5	298.6	298.8
15	Other durable goods stores	237.0	202.7	303.4	255.6	246.4
16	Other retail stores	423.3	351.8	479.0	446.5	395.2
17	Total, all stores	7,824.4	6,721.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7
	Yukon and Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	47.9	40.5	45.0	44.9	44.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.3	0.9	1.4	1.1	1.2
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.6	4.0	5.1	4.0	3.8
9	Household furnishings stores	1.2	1.1	1.5	1.4	1.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	23.9	17.2	16.8	18.0	20.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	53.6	44.0	57.6	48.4	51.6
14	Other semi-durable goods stores	6.8	4.5	8.1	7.4	6.1
15	Other durable goods stores	5.2	3.3	5.7	6.6	6.2
16	Other retail stores	10.1	7.6	10.7	10.6	9.0
17	Total, all stores	188.8	149.3	183.3	177.6	174.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
7.4	6.9	10.9	8.9	10.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.5	2.2	2.5	5.0	5.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.3	3.9	14.1	16.6	14.0	Magasins de chaussures	4
13.9	15.7	12.5	16.7	13.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
21.5	13.9	15.5	12.9	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
11.6	19.8	22.4	19.3	17.2	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	5.3	21.3	13.1	19.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-2.8	0.7	-13.8	-13.3	-17.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.5	24.1	30.3	28.2	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
10.2	7.5	1.5	-0.2	-2.2	Stations-service	11
2.2	0.3	-3.1	-4.2	-2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.4	3.1	2.3	6.2	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
-0.2	-0.3	19.5	18.1	12.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-3.8	-5.6	-6.5	10.3	21.3	Autres magasins de produits durables	15
7.1	6.4	8.6	6.7	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.8	9.6	11.4	11.8	10.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
7.8	6.7	6.9	5.3	10.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.6	12.1	12.0	-2.3	13.4	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
21.6	10.8	21.7	6.6	21.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.4	-4.3	-4.9	0.1	-9.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.3	10.1	4.9	-	13.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	0.5	6.7	6.4	10.7	Magasins de marchandises diverses	13
11.4	7.1	32.3	14.9	14.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-16.2	-1.8	22.7	45.7	40.2	Autres magasins de produits durables	15
12.2	0.8	-4.6	-1.3	-13.1	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	4.2	8.6	8.1	10.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994	Quarter 2 1994
		Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	14.1	11.9	13.1	14.5	14.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.3	6.3	6.5	6.4	8.7
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.0	1.6	3.5	4.2	3.1
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	58.4	42.9	54.3	59.2	55.5
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	33.8	28.6	32.0	30.4	30.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.8	1.4	1.7	1.9	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.6	10.8	10.2	11.6	11.8
11	Gasoline service stations	3.9	4.0	4.1	4.9	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.8	2.8	4.7	3.1	3.1
15	Other durable goods stores	2.6	1.8	2.7	2.6	2.4
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	130.4	106.4	129.0	118.4	119.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.0	-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	..	121.8	77.2	72.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.2	19.8	-5.1	-2.1	7.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-1.6	-13.9	44.4	23.1	37.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.2	0.6	4.8	2.3	2.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
10.9	11.8	12.6	13.9	22.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-11.5	-24.1	-34.5	-25.4	-3.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
14.9	5.1	12.4	1.1	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-8.6	-7.8	36.4	92.8	54.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
24.3	24.8	24.6	5.3	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.7	1.2	-2.6	11.4	-2.0	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
9.3	5.7	10.3	11.3	14.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	93.8	96.1	89.1	94.4
2	All other food stores	90.3	90.5	88.8	88.1
3	Drugs and patent medicine stores	87.5	90.6	90.2	89.9
4	Shoe stores	92.0	85.3	84.9	88.6
5	Men's clothing stores	92.5	93.3	92.5	92.5
6	Women's clothing stores	83.4	88.2	87.2	90.7
7	Other clothing stores	91.1	94.4	94.9	92.4
8	Household furniture and appliance stores	91.9	93.2	94.5	96.1
9	Household furnishings stores	87.7	92.3	92.1	91.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	96.0	97.5	96.9	96.3
11	Gasoline service stations	94.5	95.5	93.6	95.3
12	Automotive parts, accessories and services	90.4	91.1	91.3	92.0
13	General merchandise stores	98.8	98.9	99.6	99.5
14	Other semi-durable goods stores	92.5	93.5	94.3	92.5
15	Other durable goods stores	88.9	91.7	90.8	94.2
16	Other retail stores	95.0	97.4	97.2	97.2
17	Total, all stores	93.8	95.5	93.7	94.8
Regions					
18	Newfoundland	96.2	95.8	96.4	97.1
19	Prince Edward Island	95.4	96.4	95.9	95.6
20	Nova Scotia	95.1	95.9	94.9	95.4
21	New Brunswick	92.1	96.3	96.5	95.4
22	Quebec	94.1	95.9	95.2	95.4
23	Ontario	92.1	94.0	89.5	92.5
24	Manitoba	94.3	96.1	96.0	95.8
25	Saskatchewan	95.1	96.8	97.1	96.9
26	Alberta	92.6	95.3	95.7	95.6
27	British Columbia	97.6	97.9	98.0	98.1
28	Yukon	93.3	96.7	94.7	91.2
29	Northwest Territories	86.6	91.3	92.0	90.8

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.1	2.1	2.5	2.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
15.2	15.0	14.4	6.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.0	2.0	2.2	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.2	3.0	3.2	3.0	Magasins de chaussures 4
4.4	3.7	3.9	4.2	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.5	4.6	4.9	4.3	Magasins de vêtements pour dames 6
6.9	6.3	6.7	6.6	Autres magasins de vêtements 7
3.5	3.6	3.5	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
4.8	6.0	6.4	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5.4	5.0	5.4	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.9	4.0	4.2	4.2	Stations-service 11
2.8	2.7	2.8	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.6	0.6	0.6	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
4.1	3.5	3.8	3.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.9	3.7	4.3	4.6	Autres magasins de produits durables 15
2.1	2.6	3.2	2.0	Autres magasins de vente au détail 16
1.5	1.5	1.7	1.4	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.6	2.5	2.4	2.2	Terre-Neuve 18
2.1	2.0	2.2	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
3.2	3.9	3.7	4.2	Nouvelle-Écosse 20
3.1	2.9	2.6	2.5	Nouveau-Brunswick 21
2.3	2.2	2.4	2.5	Québec 22
3.3	3.4	3.9	2.8	Ontario 23
3.9	3.6	3.6	3.5	Manitoba 24
2.7	2.5	2.5	2.5	Saskatchewan 25
6.4	5.3	5.1	5.8	Alberta 26
2.0	2.1	2.1	2.0	Colombie-Britannique 27
0.7	0.9	0.9	1.0	Yukon 28
1.7	1.7	2.4	2.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,154.6	4,138.8	4,181.6	4,202.8	4,137.2	4,190.8	4,165.8
2 All other food stores	342.3	350.5	357.1	359.1	354.7	350.2	355.1
3 Drugs and patent medicine stores	974.9	975.7	981.1	985.2	974.9	985.2	995.5
4 Shoe stores	152.5	157.8	153.7	139.7	153.8	147.9	143.1
5 Men's clothing stores	135.7	137.7	134.4	132.1	135.1	146.2	140.0
6 Women's clothing stores	354.2	383.4	363.1	339.6	353.1	352.8	356.8
7 Other clothing stores	438.6	437.8	439.1	442.0	440.2	447.9	438.7
8 Household furniture and appliance stores	719.8	714.8	720.1	747.0	747.7	763.8	770.8
9 Household furnishings stores	185.0	186.8	188.2	193.5	193.0	193.2	193.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,088.7	4,126.2	4,012.9	3,997.5	4,021.8	4,050.1	4,111.0
11 Gasoline service stations	1,211.8	1,220.0	1,254.1	1,210.1	1,190.7	1,186.4	1,137.0
12 Automotive parts, accessories and service	959.9	964.4	948.9	925.0	967.1	978.0	1,010.0
13 General merchandise stores	1,897.8	1,910.4	1,882.7	1,849.2	1,852.8	1,857.5	1,854.4
14 Other semi-durable goods stores	610.8	602.4	602.7	596.3	594.2	589.2	596.5
15 Other durable goods stores	475.3	467.0	467.9	477.6	478.7	474.4	489.4
16 Other retail stores	960.7	942.3	954.0	947.0	896.2	932.9	955.8
17 Total, all stores	17,662.6	17,715.9	17,641.7	17,543.7	17,491.1	17,646.5	17,713.3
Regions							
18 Newfoundland	294.3	290.3	292.4	298.3	287.1	288.0	285.4
19 Prince Edward Island	75.5	76.8	76.0	73.1	73.5	74.4	73.3
20 Nova Scotia	525.1	529.5	537.8	546.2	526.2	540.7	543.2
21 New Brunswick	425.6	422.7	418.3	415.3	408.0	411.1	408.8
22 Quebec	4,106.0	4,060.6	4,085.7	4,124.3	4,112.1	4,136.2	4,230.9
23 Ontario	6,578.6	6,627.7	6,598.3	6,455.8	6,558.7	6,640.5	6,639.6
24 Manitoba	626.5	619.9	618.3	604.8	598.1	595.5	586.2
25 Saskatchewan	560.6	551.9	543.3	538.0	513.5	532.6	532.0
26 Alberta	1,855.1	1,862.6	1,863.7	1,826.1	1,804.8	1,821.8	1,814.1
27 British Columbia	2,554.9	2,613.1	2,547.7	2,601.7	2,550.0	2,547.2	2,541.6
28 Yukon	18.7	18.7	18.3	18.1	17.9	17.8	17.5
29 Northwest Territories	41.8	42.0	41.9	42.1	41.2	40.7	40.6

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	N°
millions of dollars - millions de dollars						
Groupe de commerce - Canada						
4,216.1	4,171.3	4,141.7	4,116.3	4,166.7	4,195.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
339.7	321.4	335.4	327.8	328.4	322.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2
993.3	994.3	1,004.8	1,010.0	1,005.6	1,002.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
149.0	150.7	145.1	143.2	159.5	148.3	Magasins de chaussures 4
136.7	132.9	134.0	134.9	139.0	140.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
359.3	350.3	349.9	342.2	342.5	338.3	Magasins de vêtements pour dames 6
433.5	428.6	407.5	416.9	422.4	403.3	Autres magasins de vêtements 7
782.4	745.0	753.2	727.3	722.8	723.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
191.5	194.6	192.9	193.3	192.3	192.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,138.8	4,068.5	4,102.0	4,037.8	3,806.6	3,751.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,184.2	1,185.9	1,171.6	1,181.3	1,192.7	1,193.3	Stations-service 11
1,017.9	1,016.1	995.3	978.1	992.8	991.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,836.6	1,806.2	1,814.3	1,760.0	1,843.4	1,779.5	Magasins de marchandises diverses 13
598.1	609.8	611.5	601.7	613.4	607.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
468.4	479.2	465.5	456.6	478.4	474.8	Autres magasins de produits durables 15
919.8	921.3	919.6	907.1	894.8	904.2	Autres magasins de vente au détail 16
17,765.2	17,576.2	17,544.5	17,334.3	17,301.3	17,167.9	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
286.1	284.0	287.1	285.7	283.9	283.9	Terre-Neuve 18
73.0	72.4	74.6	71.9	71.5	70.7	Île-du-Prince-Édouard 19
545.1	542.6	541.6	535.2	534.3	535.3	Nouvelle-Écosse 20
419.9	410.9	409.6	394.4	400.4	405.1	Nouveau-Brunswick 21
4,261.8	4,234.6	4,173.8	4,175.2	4,214.0	4,165.4	Québec 22
6,609.3	6,550.9	6,517.0	6,420.4	6,358.2	6,298.0	Ontario 23
595.2	583.8	590.9	574.1	581.7	573.7	Manitoba 24
532.3	531.9	547.1	530.3	524.2	523.1	Saskatchewan 25
1,853.7	1,816.3	1,836.9	1,781.4	1,829.2	1,824.4	Alberta 26
2,530.2	2,491.5	2,508.4	2,509.1	2,447.5	2,432.0	Colombie-Britannique 27
18.2	17.5	17.5	17.5	17.4	17.7	Yukon 28
40.4	39.9	39.9	39.2	38.8	38.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,245.4	4,357.3	4,233.9	4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0
2 All other food stores	364.3	382.2	369.5	368.8	335.3	291.5	291.2
3 Drugs and patent medicine stores	923.3	979.6	974.6	937.4	976.9	890.7	947.3
4 Shoe stores	137.5	165.6	165.1	142.7	123.3	88.0	107.2
5 Men's clothing stores	115.2	146.7	131.7	122.5	103.5	87.2	105.2
6 Women's clothing stores	323.0	393.2	370.7	322.7	295.8	223.4	249.8
7 Other clothing stores	377.0	417.9	394.6	392.2	368.6	281.5	304.4
8 Household furniture and appliance stores	700.9	702.4	654.5	674.7	685.2	584.8	645.8
9 Household furnishings stores	190.0	199.7	192.9	175.0	177.9	148.4	148.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,226.2	5,111.0	5,067.5	4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1
11 Gasoline service stations	1,328.1	1,303.5	1,280.5	1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8
12 Automotive parts, accessories and service	985.7	1,084.0	1,068.1	902.2	893.0	744.6	836.6
13 General merchandise stores	1,699.6	1,853.2	1,815.6	1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5
14 Other semi-durable goods stores	613.6	645.9	682.8	537.8	471.5	416.4	425.0
15 Other durable goods stores	469.3	471.2	454.8	424.2	386.1	336.9	369.4
16 Other retail stores	1,038.7	1,017.0	955.2	861.4	782.2	691.9	695.5
17 Total, all stores	17,737.9	19,230.5	18,812.0	17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8
Regions							
18 Newfoundland	302.4	313.8	303.0	284.4	271.7	220.5	222.2
19 Prince Edward Island	86.0	87.4	79.5	67.3	64.3	55.7	57.9
20 Nova Scotia	534.4	586.6	564.8	525.1	504.5	420.1	438.8
21 New Brunswick	439.7	465.6	443.0	396.8	383.5	322.3	325.6
22 Quebec	4,149.2	4,508.3	4,581.7	4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8
23 Ontario	6,483.3	7,212.3	6,982.2	6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4
24 Manitoba	618.3	666.3	643.8	590.0	571.2	480.5	485.1
25 Saskatchewan	563.8	592.1	565.0	517.5	493.7	428.6	447.8
26 Alberta	1,871.8	2,012.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4
27 British Columbia	2,622.4	2,717.8	2,634.2	2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5
28 Yukon	22.6	22.2	19.8	16.4	16.3	13.5	13.1
29 Northwest Territories	44.0	45.8	43.4	41.2	40.1	33.1	33.2

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,722.2	3,985.1	4,071.6	4,197.2	4,112.4	4,449.7	28,676.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
410.9	299.8	326.2	326.2	334.0	357.9	2,402.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,248.4	991.3	1,012.8	1,008.6	998.9	963.5	6,629.9	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
209.9	175.0	160.2	159.8	160.0	134.9	929.3	Magasins de chaussures	4
298.3	162.2	137.5	126.6	112.7	118.2	812.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
600.8	375.7	353.3	362.9	322.4	322.4	2,178.5	Magasins de vêtements pour dames	6
742.7	487.1	423.4	453.3	433.9	357.2	2,536.3	Autres magasins de vêtements	7
1,145.3	806.4	770.9	763.7	719.1	709.8	4,648.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
237.0	217.7	199.3	200.5	209.1	201.1	1,231.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,411.5	3,849.0	3,934.8	3,989.8	3,900.4	3,943.1	29,506.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,182.5	1,184.2	1,209.4	1,210.8	1,302.1	1,311.5	8,258.2	Stations-service	11
1,134.6	1,122.0	1,002.8	962.2	1,001.1	1,027.9	6,514.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3,211.3	2,256.8	1,875.9	1,701.7	1,776.6	1,619.9	11,237.5	Magasins de marchandises diverses	13
961.0	650.4	583.1	593.6	630.6	610.5	3,792.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
924.4	483.0	413.0	452.8	481.4	469.0	2,911.9	Autres magasins de produits durables	15
1,445.8	881.5	879.7	912.5	918.2	1,008.0	6,041.9	Autres magasins de vente au détail	16
21,886.5	17,927.0	17,354.0	17,422.3	17,412.9	17,604.7	118,308.5	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
369.3	304.7	282.9	287.5	294.1	298.7	1,917.9	Terre-Neuve	18
89.3	72.9	72.7	73.8	79.5	81.8	498.0	Île-du-Prince-Édouard	19
692.9	556.9	536.1	542.7	546.8	557.2	3,574.2	Nouvelle-Écosse	20
517.2	435.5	408.2	396.5	411.8	426.8	2,776.7	Nouveau-Brunswick	21
4,960.8	4,195.2	4,095.7	4,196.8	4,260.3	4,311.2	28,081.3	Québec	22
8,346.9	6,799.1	6,455.2	6,457.4	6,260.0	6,349.0	43,915.0	Ontario	23
760.8	606.3	588.4	569.8	573.8	577.9	4,055.2	Manitoba	24
661.6	552.3	549.4	521.0	526.0	529.9	3,608.4	Saskatchewan	25
2,312.9	1,853.7	1,811.1	1,783.6	1,861.9	1,875.2	12,309.2	Alberta	26
3,105.8	2,493.4	2,496.6	2,537.9	2,539.1	2,534.4	17,167.7	Colombie-Britannique	27
20.4	16.6	17.3	17.7	20.4	21.1	123.9	Yukon	28
48.5	40.3	40.2	37.9	39.1	41.5	280.8	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	87.8	92.2	87.9	84.3	560.4
Prince Edward Island	25.7	24.5	22.9	20.1	144.3
Nova Scotia	157.6	165.2	160.5	151.4	1,024.0
New Brunswick	129.7	140.4	134.7	119.1	840.5
Quebec	1,344.9	1,478.0	1,479.0	1,327.2	8,906.8
Ontario	2,008.0	2,213.1	2,127.6	1,999.9	13,683.2
Manitoba	184.6	197.6	191.1	180.6	1,219.4
Saskatchewan	164.8	180.9	171.6	161.0	1,102.8
Alberta	578.4	603.8	587.3	547.0	3,780.8
British Columbia	840.0	850.5	846.5	797.8	5,467.5
Yukon	6.9	6.7	5.9	5.1	38.0
Northwest Territories	20.9	22.5	22.4	21.6	141.2
Total	5,549.4	5,975.5	5,837.3	5,415.2	36,908.7

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	87.8	92.2	87.9	84.3	77.6	64.2	66.4
Prince Edward Island	25.7	24.5	22.9	20.1	18.7	16.1	16.3
Nova Scotia	157.6	165.2	160.5	151.4	142.8	120.3	126.3
New Brunswick	129.7	140.4	134.7	119.1	115.4	99.2	101.8
Quebec	1,344.9	1,478.0	1,479.0	1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1
Ontario	2,008.0	2,213.1	2,127.6	1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9
Manitoba	184.6	197.6	191.1	180.6	176.0	141.9	147.5
Saskatchewan	164.8	180.9	171.6	161.0	150.4	130.9	143.1
Alberta	578.4	603.8	587.3	547.0	533.9	448.9	481.5
British Columbia	840.0	850.5	846.5	797.8	778.1	657.7	696.8
Yukon	6.9	6.7	5.9	5.1	4.9	4.4	4.1
Northwest Territories	20.9	22.5	22.4	21.6	20.0	17.1	16.7
Total	5,549.4	5,975.5	5,837.3	5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					Régions
-3.6	-0.1	1.5	-1.5	-1.8	Terre-Neuve
-	2.8	3.6	0.8	0.4	Île-du-Prince-Édouard
1.4	3.6	6.6	2.2	2.0	Nouvelle-Écosse
2.8	4.3	4.1	0.1	3.1	Nouveau-Brunswick
-	3.7	5.3	2.4	4.0	Québec
-0.9	2.7	4.0	2.5	3.6	Ontario
7.3	6.7	4.7	2.7	5.0	Manitoba
0.5	3.2	0.7	-6.5	-0.9	Saskatchewan
1.9	3.6	2.1	-2.4	0.5	Alberta
4.2	5.1	5.3	2.2	4.0	Colombie-Britannique
-4.2	-3.4	-3.8	-17.5	-6.2	Yukon
1.6	5.7	6.4	5.2	4.0	Territoires du Nord-Ouest
0.8	3.5	4.3	1.5	3.2	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	Year 1994 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
169.8	127.0	101.8	94.4	97.8	91.1	560.4	Terre-Neuve
37.8	25.8	22.8	23.8	27.4	25.7	144.3	Île-du-Prince-Édouard
304.1	207.1	172.2	168.2	166.3	155.4	1,024.0	Nouvelle-Écosse
229.1	167.0	142.7	130.2	137.4	126.2	840.5	Nouveau-Brunswick
2,050.0	1,483.9	1,376.4	1,381.6	1,409.2	1,344.5	8,906.8	Québec
3,720.6	2,520.6	2,232.9	2,199.1	2,133.7	2,025.9	13,683.2	Ontario
328.4	222.6	199.9	180.9	190.7	172.0	1,219.4	Manitoba
283.7	198.0	183.3	168.0	176.1	164.0	1,102.8	Saskatchewan
1,019.8	680.6	605.2	584.1	630.0	567.7	3,780.8	Alberta
1,399.7	944.6	864.0	866.9	848.5	806.1	5,467.5	Colombie-Britannique
8.6	6.2	6.2	6.4	7.4	7.2	38.0	Yukon
27.4	22.2	22.2	20.0	20.1	20.6	141.2	Territoires du Nord-Ouest
9,579.0	6,605.5	5,929.5	5,823.6	5,844.6	5,506.6	36,908.7	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	118.9	17,737.9	0.8	14,913.2	-1.5
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.0	17,641.7	0.6	14,820.9	0.3	Mai
118.9	17,715.9	0.4	14,894.4	0.5	Juin
118.9	17,662.6	-0.3	14,857.7	-0.2	Juillet
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Epicerie (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)

6352 Paint and body repair shops

6353 Muffler replacement shops

6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department stores

6412 General stores

6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and stationery stores

6521 Florist shops

6522 Lawn and garden centres

6531 Hardware stores

6532 Paint, glass and wallpaper stores

6581 Toy and hobby stores

6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting goods stores

6542 Bicycle shops

6551 Musical instrument stores

6552 Record and tape stores

6561 Jewellery stores

6562 Watch and jewellery repair shops

6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor stores

6022 Wine stores

6023 Beer stores

6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.

6592 Opticians' shops

6593 Art galleries and artists' supply stores

6594 Luggage and leather goods stores

6595 Monument and tombstone dealers

6596 Pet stores

6597 Coin and stamp dealers

6598 Mobile home dealers

6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Statistics Canada

MAIL TO:	PHONE:	FAX TO:	METHOD OF PAYMENT:
<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 10px;"></div> <p>Statistics Canada Operations and Integration Circulation Management 120 Parkdale Avenue Ottawa, Ontario Canada K1A 0T6</p> <p><i>(Please print)</i></p>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 10px;"></div> <p>1-800-267-6677</p> <p>Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 10px;"></div> <p>(613) 951-1584</p> <p>VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.</p>	<p><i>(Check only one)</i></p> <p><input type="checkbox"/> Please charge my: <input type="checkbox"/> VISA <input type="checkbox"/> MasterCard</p> <p>Card Number <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; display: inline-block;"></div></p> <p>Signature _____</p> <p>Expiry Date <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; display: inline-block;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; display: inline-block;"></div></p>
<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 10px;"></div> <p>INTERNET: order@statcan.ca</p>			<p><input type="checkbox"/> Payment enclosed \$ _____</p> <p>Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada – Publications.</p>
<p>Company _____</p> <p>Department _____</p> <p>Attention _____ Title _____</p> <p>Address _____</p> <p>City _____ Province _____</p> <p>Postal Code _____ Phone _____ Fax _____</p>			<p><input type="checkbox"/> Purchase Order Number <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; display: inline-block;"></div></p> <p><i>(Please enclose)</i></p>
<p>Please ensure that all information is completed.</p>			<p>Authorized Signature _____</p>

[illegible]

<p>► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.</p> <p>► GST Registration # R121491807</p> <p>► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada — Publications.</p>	SUBTOTAL	
	DISCOUNT (if applicable)	
	GST (7%) and applicable PST (Canadian clients only)	
	GRAND TOTAL	
<p>► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.</p>		PF 093238



THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics
CanadaStatistique
Canada

Canada

*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

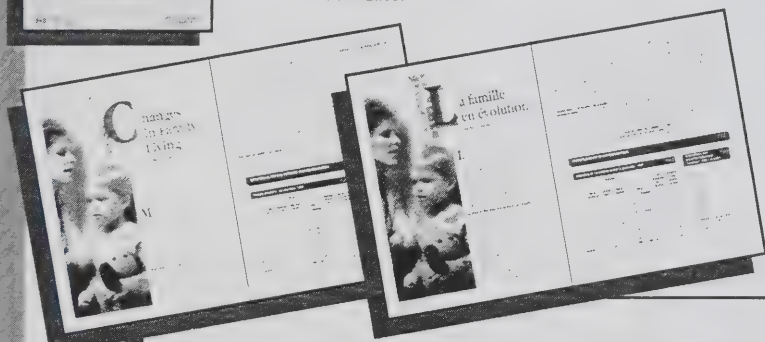
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With **Custom FamEx Tabulations** you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get **Custom FamEx Tabulations** in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis*.

Avec **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles**, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles** dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

August 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Août 1995

Canadian
Publishing



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

August 1995

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

août 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 8

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Novembre 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 8

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact John Svab (613) 951-3549, Monthly Retail Trade Section.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549, Section mensuelle du commerce de détail.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

After declining 0.1% in July, retail sales grew 0.6% to \$17.8 billion in August as sharply higher motor vehicle sales led the increase. The retail sales trend strengthened over the latest four months (May to August) after a relatively flat performance since the beginning of 1995; generally, the trend grew from early 1992 to November 1994. Cumulatively, sales for the period from January to August 1995 were 3.4% higher than in the same period of 1994.

In August, growth came mostly from motor vehicle and recreational vehicle dealers. In the rest of the retail industry, sales were down 0.2%. In fact, since January 1995, sales grew only in April and May but fell or remained unchanged in all the other months. Nevertheless, cumulative sales in the rest of the sector for the first eight months of 1995 were up 2.1% from the corresponding period in 1994.

Besides the growth in the automotive sector, sales were higher in two other sectors: furniture (+1.1%) and general merchandise (+0.2%). These latest gains were offset, however, by lower sales mainly in the food (-0.3%) and drug (-1.2%) sectors.

Automotive sector rose sharply

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and services outlets) rose a significant 2.1% in August after a 0.5% decline in July. Sales by automotive retailers increased from February 1992 until November 1994, decreased between December 1994 and March 1995, but have generally been increasing since. The slowdown in early 1995 may only have been temporary. Higher sales in August by new and used motor vehicle dealers and by retailers of automotive parts, accessories and services more than offset a decline by gasoline service stations, which coincided with a drop in gasoline prices. Sales by new and used motor vehicle dealers increased an impressive 3.3% to stand 12.4% higher than in August 1994. Also, the number of new motor vehicles sold rose 9.5% in August over July.

FAITS SAILLANTS

Une forte hausse des ventes de véhicules automobiles a conduit à la croissance en août. Par conséquent, les ventes au détail ont augmenté de 0.6% pour atteindre \$17.8 milliards, après une baisse de 0.1% en juillet. La tendance des ventes du commerce de détail s'est raffermie au cours des derniers mois après très peu de mouvement depuis le début de l'année 1995. Précédemment, la tendance des ventes était généralement en hausse du début de 1992 jusqu'en novembre 1994. L'effet cumulatif de la hausse en août a eu pour résultat des ventes supérieures (+3.4%) pour les huit premiers mois de 1995 à celles enregistrées à la même période l'année dernière.

En août, la croissance des ventes provient en majeure partie des ventes chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs. Les ventes dans le reste de l'industrie ont baissé de 0.2% en août. En fait, depuis janvier 1995, les ventes ont augmenté en avril et en mai seulement, puis ont diminué ou sont demeurées inchangées au cours des autres mois. Toutefois, les ventes cumulatives pour les huit premiers mois de l'année dans le reste du secteur sont de 2.1% supérieures à celles de la même période en 1994.

En plus du secteur de l'automobile, deux autres secteurs enregistrent des hausses, soit le secteur des meubles (+1.1%) et celui des magasins de marchandises diverses (+0.2%). Ces augmentations, cependant, ont été contrebalancées par des ventes plus faibles dans les secteurs de l'alimentation (-0.3%) et des pharmacies (-1.2%).

Le secteur de l'automobile progresse fortement

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont augmenté de façon significative de 2.1% en août, après la baisse de 0.5% en juillet. Les détaillants du secteur de l'automobile ont enregistré des augmentations de février 1992 à novembre 1994. Les ventes ont diminué entre décembre 1994 et mars 1995, mais elles ont augmenté par la suite. La faiblesse des ventes observée au début de l'année 1995 peut être simplement attribuable à un ralentissement temporaire. Des ventes plus élevées des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs et des détaillants de pièces, d'accessoires pour véhicules automobiles et de services ont plus que compensé la baisse enregistrée dans les stations-service. Cette dernière diminution coïncide avec la baisse des prix de l'essence en août. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont enregistré une impressionnante hausse (+3.3%) en août et demeurent supérieures de 12.4% à celles d'août 1994. De plus, les ventes, en unités, de véhicules automobiles neufs ont grimpé de 9.5% en août par rapport à juillet.

Hardest hit by the weak economic conditions since the beginning of the year, furniture sector retailers have recently improved sales. In August, sales advanced 1.1% after a 0.1% increase in July. Lower interest rates and an improved housing market may have led to increased sales of furniture, appliances and other related products. The trend in the sector has been decreasing since February 1995 after strong and steady growth since February 1994.

In the other retail sectors, sales by general merchandise stores grew 0.2% in August, continuing the generally steady growth observed since mid-1993. The clothing sector's sales have been levelling off after growing from January 1994 to April 1995. Food store sales have generally been decreasing since February 1995, following increases since early 1992. Drug store sales have generally been decreasing since October 1994. Drug store sales remained on a plateau from March to September 1994 after increasing from early 1992 to April 1993.

Sales climbed in most provinces

Nine provinces and territories recorded monthly sales increases. The largest increases in dollar terms were in Ontario (+1.4%) and British Columbia (+0.6%). Ontario's increase came after a 0.7% decline in July. Quebec retailers posted a slight 0.1% increase after the strong 1.4% increase in July. These two gains offset declines in May and June. Sales in Nova Scotia also rose in August (+0.5%) following a 0.1% decline in July. Even so, Quebec and Nova Scotia had year-over-year decreases (-2.0% and -0.4% respectively). After sustained growth since the start of the year, retailers in Manitoba recorded their first decline (-1.6%) in seven months. A similar pattern was observed in New Brunswick, where sales dropped 0.4% in August after four consecutive monthly increases.

Après avoir souffert de la faiblesse des conditions économiques depuis le début de l'année, les détaillants du secteur des meubles ont rapporté une amélioration de leurs ventes au cours des derniers mois. En août, les ventes ont augmenté de 1.1%, une hausse qui faisait suite à celle de 0.1% enregistrée en juillet. Des taux d'intérêt plus bas et une amélioration récente sur le marché de la construction ont pu conduire à des hausses dans les achats de meubles, d'appareils ménagers et d'autres produits connexes. La tendance dans ce secteur est à la baisse depuis février 1995, après une croissance forte et constante en 1994.

Dans les autres secteurs du commerce de détail, les ventes des magasins de marchandises diverses ont augmenté de 0.2% en août poursuivant la croissance constante générale observée depuis le milieu de 1993. Les ventes dans le secteur du vêtement se sont stabilisées depuis avril 1995 à la suite de la croissance enregistrée depuis janvier 1994. Dans le secteur de l'alimentation, les ventes sont généralement à la baisse depuis février 1995, après avoir connu des augmentations depuis le début de 1992. Dans les pharmacies, les ventes ont subi une baisse générale depuis octobre 1994, après le plateau atteint entre mars et septembre 1994. Cette baisse succède à des augmentations des ventes du début de 1992 jusqu'en avril 1993.

Les ventes augmentent dans la plupart des provinces

Neuf provinces et territoires rapportent des augmentations de leurs ventes. Les plus significatives en dollars ont été signalées en Ontario (+1.4%) et en Colombie-Britannique (+0.6%). La hausse en Ontario fait suite à une baisse de 0.7% en juillet. Les détaillants du Québec ont rapporté une hausse de 0.1% en août après la forte augmentation de 1.4% enregistrée le mois passé. Ces deux récentes hausses ont contrebalancé les baisses rapportées en mai et en juin. Les ventes sont aussi en hausse en Nouvelle-Écosse (+0.5%) après une baisse de 0.1% en juillet. Toutefois, par rapport à août 1994, le Québec et la Nouvelle-Écosse ont rapporté des diminutions de leurs ventes (-2.0% et -0.4% respectivement). Après une croissance soutenue de leurs ventes depuis le début de l'année, les détaillants du Manitoba ont enregistré une baisse de 1.6%, la première diminution à survenir depuis les sept derniers mois. Le Nouveau-Brunswick a suivi un mouvement similaire puisque les ventes ont diminué de 0.4% en août après quatre hausses mensuelles consécutives.

Chart 1

Retail Sales, Canada

\$ billions

23

21

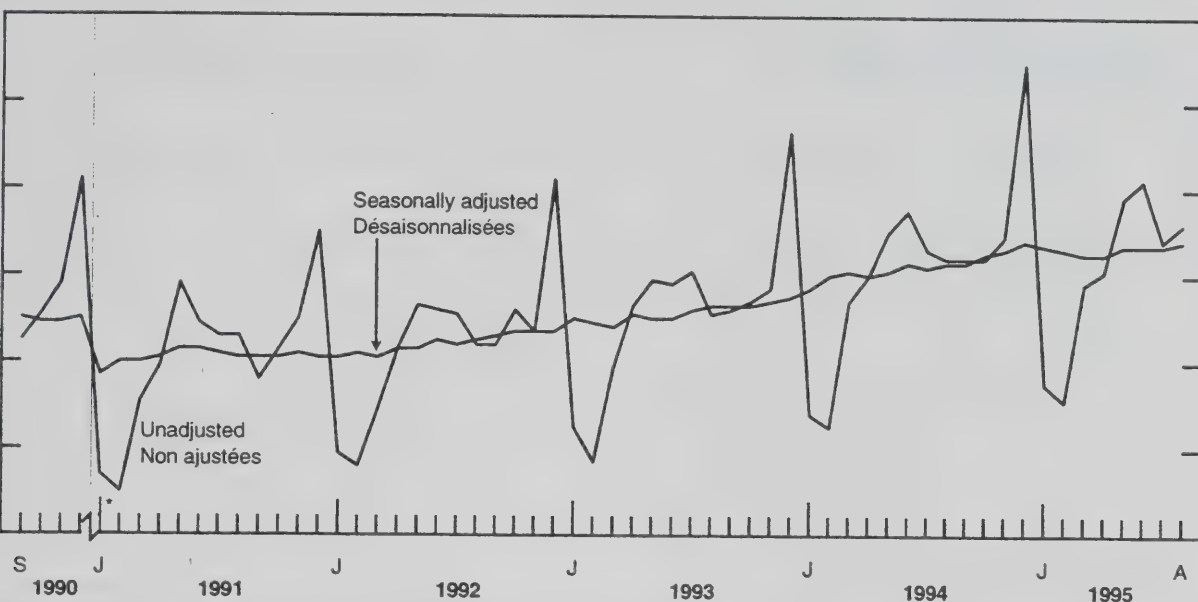
19

17

15

13

11



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

Graphique 1

Ventes au détail, Canada

\$ milliards

23

21

19

17

15

13

11

* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Retail Sales – Canada

\$ billions

18.0

17.5

17.0

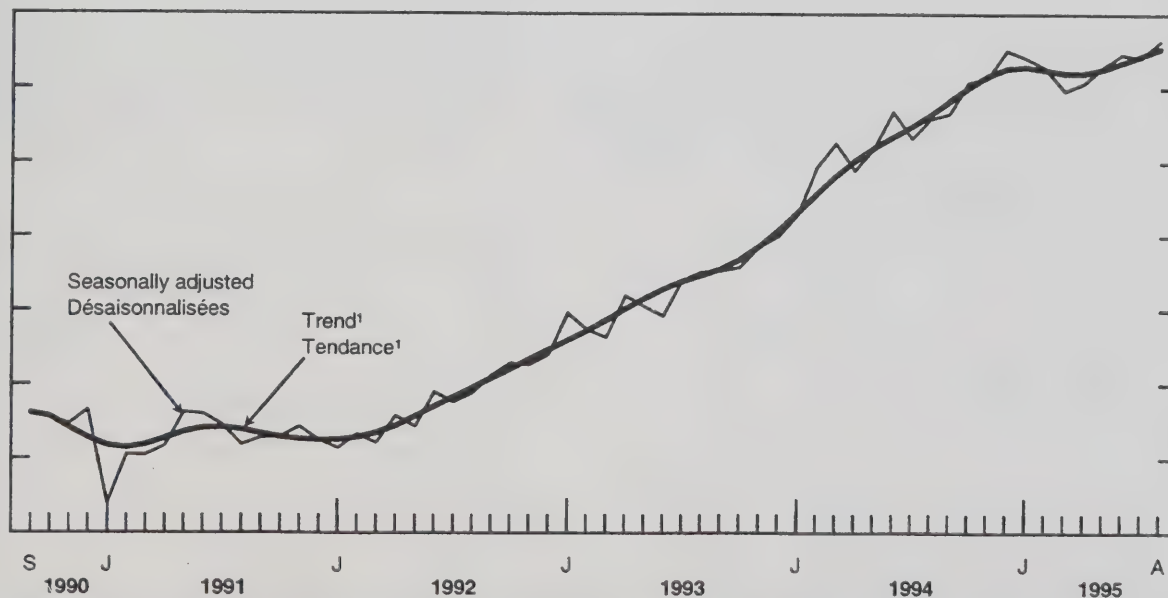
16.5

16.0

15.5

15.0

14.5



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

Graphique 2

Ventes au détail – Canada

\$ milliards

18.0

17.5

17.0

16.5

16.0

15.5

15.0

14.5

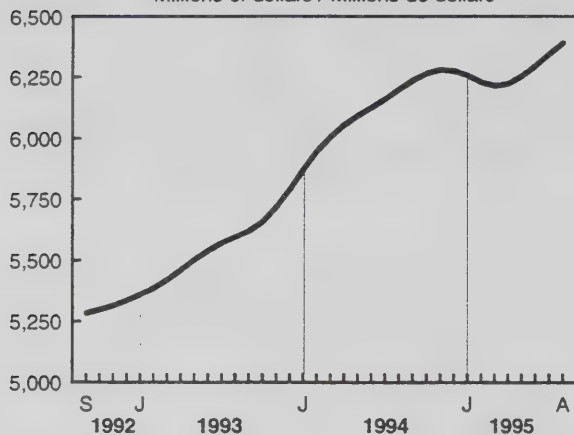
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

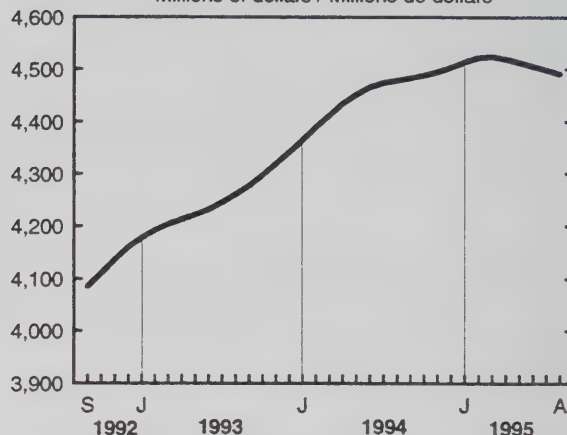
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

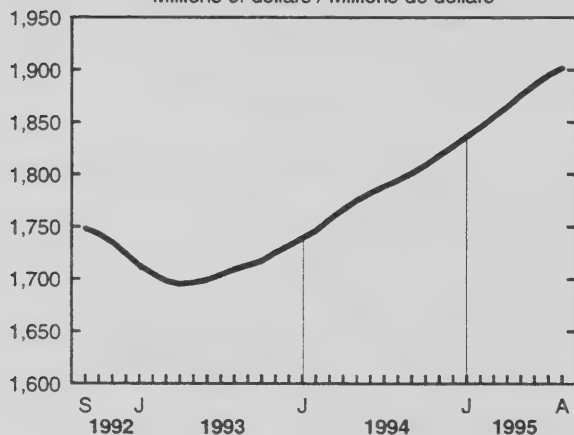
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



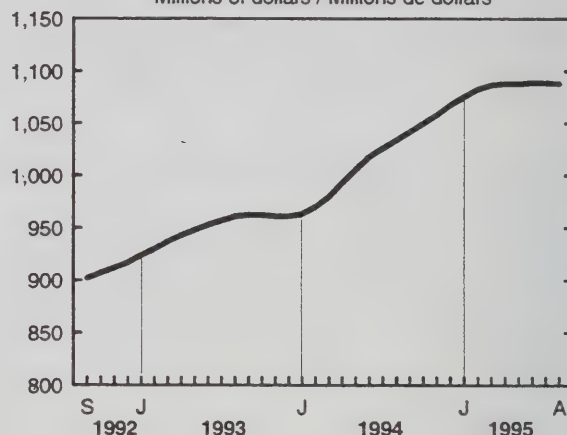
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



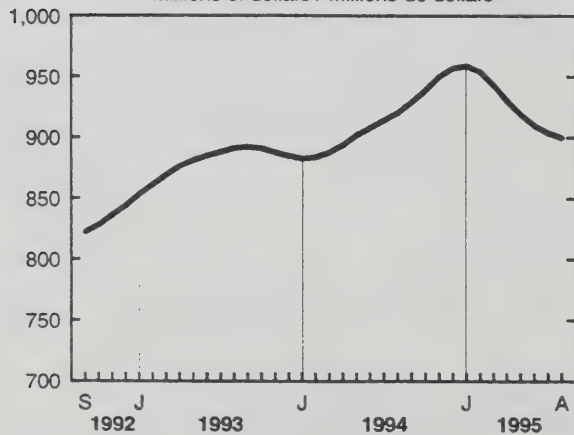
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



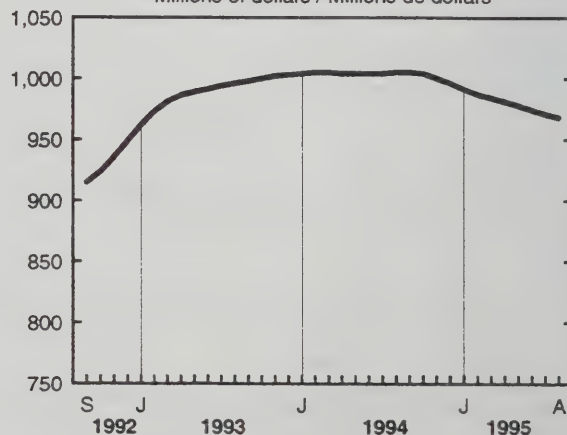
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	August 1995 Août		July 1995 Juillet	
	millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,143.3	4,162.9	4,137.8	4,181.6	33,322.1	-0.5	0.6
2	All other food stores	350.3	344.6	351.4	357.8	2,823.2	1.6	-1.9
3	Drugs and patent medicine stores	959.6	971.4	973.7	979.8	7,825.2	-1.2	-0.2
4	Shoe stores	154.6	154.1	157.9	153.7	1,204.8	0.3	-2.4
5	Men's clothing stores	136.4	136.5	138.0	134.6	1,098.9	-	-1.1
6	Women's clothing stores	358.0	359.6	383.0	362.7	2,865.6	-0.5	-6.1
7	Other clothing stores	438.0	438.2	436.9	438.3	3,520.1	-0.1	0.3
8	Household furniture and appliance stores	729.2	718.3	715.0	720.2	5,912.0	1.5	0.5
9	Household furnishings stores	183.6	184.3	186.4	187.9	1,515.5	-0.4	-1.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,277.6	4,139.8	4,157.8	4,032.3	32,787.9	3.3	-0.4
11	Gasoline service stations	1,209.3	1,217.2	1,220.0	1,254.4	9,625.0	-0.7	-0.2
12	Automotive parts, accessories and services	957.3	954.0	963.4	948.2	7,703.1	0.3	-1.0
13	General merchandise stores	1,900.3	1,896.7	1,910.6	1,881.3	15,002.8	0.2	-0.7
14	Other semi-durable goods stores	608.6	607.3	601.9	602.4	4,796.4	0.2	0.9
15	Other durable goods stores	467.0	473.4	465.8	467.1	3,793.3	-1.4	1.6
16	Other retail stores	956.5	958.4	941.1	952.4	7,540.3	-0.2	1.8
17	Total, all stores	17,829.4	17,716.6	17,740.9	17,654.5	141,336.1	0.6	-0.1
Regions								
18	Newfoundland	291.2	294.9	290.4	292.3	2,327.5	-1.2	1.6
19	Prince Edward Island	78.1	76.1	77.0	76.2	601.6	2.7	-1.2
20	Nova Scotia	532.3	529.7	530.2	538.2	4,286.8	0.5	-0.1
21	New Brunswick	426.4	428.1	423.5	418.6	3,339.9	-0.4	1.1
22	Quebec	4,130.8	4,127.7	4,069.0	4,090.0	33,021.1	0.1	1.4
23	Ontario	6,681.2	6,590.8	6,639.7	6,604.8	52,811.2	1.4	-0.7
24	Manitoba	615.5	625.3	619.3	617.7	4,862.5	-1.6	1.0
25	Saskatchewan	561.8	560.7	552.7	543.6	4,335.0	0.2	1.5
26	Alberta	1,859.2	1,847.7	1,863.7	1,864.9	14,702.3	0.6	-0.9
27	British Columbia	2,591.1	2,574.8	2,614.4	2,548.0	20,568.8	0.6	-1.5
28	Yukon	19.0	18.6	18.7	18.3	145.9	2.6	-0.7
29	Northwest Territories	42.8	42.1	42.2	42.0	333.6	1.5	-0.1

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
June 1995 Juin	May 1995 Mai	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
-1.0	-0.5	-0.6	-0.8	-0.1	0.6	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-1.8	-0.4	6.7	7.0	12.0	22.9	17.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.6	-0.6	-4.6	-3.1	-2.7	-2.0	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.7	10.0	-3.1	3.9	8.8	4.4	1.8	Magasins de chaussures 4
2.5	1.9	-1.8	-2.8	-3.5	-4.7	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
5.6	6.8	4.5	6.3	12.9	10.3	8.9	Magasins de vêtements pour dames 6
-0.3	-0.8	3.7	8.7	9.5	14.2	15.3	Autres magasins de vêtements 7
-0.7	-3.6	0.9	-0.8	-1.2	-	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-0.8	-2.9	-4.5	-4.4	-1.2	-0.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3.1	0.9	12.4	10.4	3.3	3.6	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-2.7	3.7	1.4	2.0	2.6	6.3	1.5	Stations-service 11
1.6	2.5	-3.6	-3.8	-2.3	-1.6	-1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.6	1.7	3.1	6.6	6.2	6.1	4.8	Magasins de marchandises diverses 13
-0.1	1.0	-0.8	-	0.6	1.2	1.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
-0.3	-2.2	-2.4	-0.3	-1.4	-0.4	1.3	Autres magasins de produits durables 15
-1.2	0.6	6.9	6.0	6.6	9.2	8.0	Autres magasins de vente au détail 16
0.5	0.6	3.1	3.2	2.3	3.2	3.4	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
-0.7	-2.0	2.6	3.9	0.9	3.1	2.7	Terre-Neuve 18
1.1	4.3	9.3	7.6	7.5	6.1	4.5	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.5	-1.5	-0.4	-1.0	-1.0	2.0	-0.3	Nouvelle-Écosse 20
1.2	0.8	6.5	5.7	1.9	1.7	1.3	Nouveau-Brunswick 21
-0.5	-0.8	-2.0	-0.9	-4.2	-3.0	-1.5	Québec 22
0.5	2.3	5.1	4.7	4.3	5.7	5.8	Ontario 23
0.3	2.1	5.8	9.0	6.4	11.0	5.6	Manitoba 24
1.7	1.0	7.2	7.2	6.1	5.5	5.1	Saskatchewan 25
-0.1	2.1	1.6	1.3	1.0	2.3	0.9	Alberta 26
2.6	-2.1	5.9	5.9	8.0	6.4	8.3	Colombie-Britannique 27
2.1	1.1	9.5	4.8	7.6	4.3	3.6	Yukon 28
0.5	-0.4	10.1	9.3	8.3	7.7	8.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	4,226.8	4,273.4	4,357.3	4,233.9	32,931.4
2 All other food stores	362.1	366.3	382.2	369.5	2,766.9
3 Drugs and patent medicine stores	956.7	922.6	979.6	974.6	7,585.8
4 Shoe stores	158.0	139.4	165.6	165.1	1,089.2
5 Men's clothing stores	111.8	115.8	146.7	131.7	924.4
6 Women's clothing stores	343.6	330.6	393.2	370.7	2,529.7
7 Other clothing stores	457.0	378.2	417.9	394.6	2,994.6
8 Household furniture and appliance stores	732.2	697.9	702.4	654.5	5,377.6
9 Household furnishings stores	194.1	189.7	199.7	192.9	1,425.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,404.9	4,216.2	5,111.0	5,067.5	33,901.0
11 Gasoline service stations	1,330.7	1,336.9	1,303.5	1,280.5	9,597.8
12 Automotive parts, accessories and services	964.6	978.7	1,084.0	1,068.1	7,471.9
13 General merchandise stores	1,855.4	1,698.8	1,853.2	1,815.6	13,092.1
14 Other semi-durable goods stores	634.5	608.3	645.9	682.8	4,422.0
15 Other durable goods stores	474.8	468.6	471.2	454.8	3,386.1
16 Other retail stores	1,010.5	1,034.5	1,017.0	955.2	7,048.2
17 Total, all stores	18,217.9	17,756.0	19,230.5	18,812.0	136,544.5
Regions					
18 Newfoundland	307.1	303.1	313.8	303.0	2,225.7
19 Prince Edward Island	89.3	86.3	87.4	79.5	587.6
20 Nova Scotia	546.6	539.5	586.6	564.8	4,126.0
21 New Brunswick	447.1	441.9	465.6	443.0	3,226.0
22 Quebec	4,266.7	4,165.1	4,508.3	4,581.7	32,363.9
23 Ontario	6,698.4	6,483.6	7,212.3	6,982.2	50,613.7
24 Manitoba	626.1	616.9	666.3	643.8	4,679.9
25 Saskatchewan	573.6	561.7	592.1	565.0	4,180.0
26 Alberta	1,918.6	1,858.3	2,012.3	1,951.7	14,214.3
27 British Columbia	2,678.9	2,633.0	2,717.8	2,634.2	19,857.2
28 Yukon	21.9	22.2	22.2	19.8	145.4
29 Northwest Territories	43.6	44.3	45.8	43.4	324.8

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
2.8	-4.0	1.7	1.7	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
8.4	2.3	13.2	23.1	17.3	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-4.2	-4.2	-2.0	-0.4	-2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-1.2	3.3	11.8	5.1	2.3	Magasins de chaussures 4
-0.8	-2.0	-1.5	-3.3	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
6.6	2.5	15.5	11.4	8.0	Magasins de vêtements pour dames 6
5.3	5.9	10.7	12.6	13.7	Autres magasins de vêtements 7
1.8	-1.7	-0.9	-0.2	3.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-7.2	-5.7	-0.7	2.6	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
12.9	6.9	5.5	5.8	6.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.2	1.9	4.0	7.1	1.9	Stations-service 11
-3.6	-4.8	-1.8	-0.5	-2.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
4.4	4.9	7.4	8.1	4.9	Magasins de marchandises diverses 13
0.6	-0.4	0.6	3.0	0.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
-1.4	-0.1	-1.8	-0.2	1.3	Autres magasins de produits durables 15
10.1	2.6	8.9	10.7	7.9	Autres magasins de vente au détail 16
4.6	0.9	3.8	4.6	3.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
4.4	1.5	4.1	4.9	2.8	Terre-Neuve 18
12.4	5.5	10.8	6.9	5.1	Île-du-Prince-Édouard 19
- -	-3.2	2.0	3.7	-0.2	Nouvelle-Écosse 20
8.6	3.6	4.7	3.3	1.6	Nouveau-Brunswick 21
0.1	-3.4	-3.0	-1.7	-1.7	Québec 22
7.0	2.1	5.7	7.4	5.5	Ontario 23
9.1	6.7	8.9	11.3	5.8	Manitoba 24
9.0	6.0	7.8	7.1	5.0	Saskatchewan 25
3.0	-0.9	3.5	3.2	0.9	Alberta 26
5.5	3.9	9.1	8.1	7.9	Colombie-Britannique 27
7.4	5.4	8.5	8.8	4.1	Yukon 28
11.6	6.8	7.3	10.8	8.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,713.5	11,717.6	12,778.9	12,759.4	12,605.3
2	All other food stores	1,120.5	918.1	1,036.8	1,018.2	917.7
3	Drugs and patent medicine stores	2,891.7	2,814.9	3,252.5	2,971.0	2,952.5
4	Shoe stores	473.3	318.5	545.1	454.7	456.3
5	Men's clothing stores	401.0	295.9	598.0	357.5	428.9
6	Women's clothing stores	1,086.6	769.0	1,329.7	1,007.8	990.2
7	Other clothing stores	1,204.8	954.5	1,653.2	1,244.4	1,061.8
8	Household furniture and appliance stores	2,031.6	1,915.8	2,722.7	2,192.6	2,019.9
9	Household furnishings stores	567.6	474.2	654.0	610.7	563.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,457.5	10,822.3	11,195.3	11,833.4	14,020.9
11	Gasoline service stations	3,693.8	3,236.3	3,576.0	3,824.3	3,533.4
12	Automotive parts, accessories and services	3,054.3	2,474.3	3,259.5	2,991.1	3,179.9
13	General merchandise stores	5,354.8	4,183.1	7,344.0	5,098.2	5,039.3
14	Other semi-durable goods stores	1,866.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7	1,840.5
15	Other durable goods stores	1,350.2	1,092.4	1,820.3	1,403.1	1,350.9
16	Other retail stores	2,833.6	2,169.6	3,206.9	2,838.7	2,589.8
17	Total, all stores	55,101.2	45,469.4	57,167.5	52,439.8	53,550.7
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	288.1	252.8	269.9	289.5	269.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	69.1	66.2	75.8	64.9	65.6
4	Shoe stores	5.4	3.3	7.3	5.7	5.2
5	Men's clothing stores	3.7	2.5	7.7	3.5	3.9
6	Women's clothing stores	12.0	8.2	21.2	13.4	12.3
7	Other clothing stores	9.1	7.2	17.3	9.9	8.1
8	Household furniture and appliance stores	20.9	17.3	37.7	24.3	20.9
9	Household furnishings stores	3.7	2.9	5.0	4.0	3.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	191.0	119.2	119.4	158.3	192.8
11	Gasoline service stations	87.2	76.9	85.8	79.5	72.0
12	Automotive parts, accessories and services	42.8	34.0	44.7	42.4	46.0
13	General merchandise stores	100.8	73.2	167.4	114.0	103.8
14	Other semi-durable goods stores	30.9	20.0	39.7	31.8	29.2
15	Other durable goods stores	8.8	7.2	19.4	11.8	11.8
16	Other retail stores	18.5	15.7	32.1	22.1	19.1
17	Total, all stores	901.2	714.3	956.9	880.3	869.0

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						N°
					Canada	
0.9	0.8	3.6	4.2	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
22.1	22.5	18.7	16.2	2.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-2.1	-1.6	-0.5	1.0	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.7	1.6	8.9	10.3	9.0	Magasins de chaussures	4
-6.5	-6.8	-8.6	-5.0	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
9.7	8.8	11.7	4.1	2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
13.5	22.3	18.2	12.5	7.9	Autres magasins de vêtements	7
0.6	10.3	8.0	1.7	2.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.8	3.3	1.4	3.5	0.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.1	7.8	13.3	10.8	15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.5	-1.0	0.3	-0.2	-0.5	Stations-service	11
-3.9	1.6	9.0	8.1	10.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.3	3.3	5.7	4.3	4.1	Magasins de marchandises diverses	13
1.4	0.9	7.8	10.2	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-0.1	5.1	6.3	8.9	7.8	Autres magasins de produits durables	15
9.4	7.6	11.7	8.3	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
2.9	4.0	7.1	6.1	7.1	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
6.8	5.2	-1.8	6.1	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
5.4	3.8	5.4	4.8	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.9	-10.2	1.1	3.6	4.2	Magasins de chaussures	4
-5.4	3.9	-4.7	-2.8	8.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
-3.1	0.1	4.2	-2.1	0.3	Magasins de vêtements pour dames	6
12.7	14.3	-44.3	-47.0	-53.0	Autres magasins de vêtements	7
0.1	2.3	9.7	-0.3	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4.6	8.8	-3.1	2.8	-2.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-0.9	-5.2	5.7	5.8	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
21.2	14.6	9.5	-10.9	-8.7	Stations-service	11
-7.0	2.2	-9.2	8.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.9	-11.8	6.7	7.8	5.5	Magasins de marchandises diverses	13
5.9	9.4	26.1	12.6	8.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-25.4	-27.6	3.3	4.7	9.5	Autres magasins de produits durables	15
-3.1	-8.4	0.4	-2.1	-11.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.7	1.7	2.1	2.5	3.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	58.0	50.9	55.2	56.7	50.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.2	15.7	16.9	16.7	16.1
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	3.5	2.1	5.6	6.8	3.6
8	Household furniture and appliance stores	5.5	5.0	7.6	6.7	6.1
9	Household furnishings stores	1.3	1.1	1.9	2.4	2.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	54.9	34.4	40.9	40.7	53.1
11	Gasoline service stations	26.4	21.1	23.1	28.6	23.6
12	Automotive parts, accessories and services	13.2	9.9	14.3	13.8	14.3
13	General merchandise stores	22.2	15.1	32.0	24.0	21.6
14	Other semi-durable goods stores	10.8	7.0	11.1	11.5	8.8
15	Other durable goods stores	2.8	1.9	4.0	2.9	2.4
16	Other retail stores	11.0	8.5	12.5	15.3	11.3
17	Total, all stores	234.2	177.8	235.0	235.1	221.3
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	454.3	419.5	458.5	473.4	439.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	118.7	112.7	127.6	111.8	108.2
4	Shoe stores	10.2	6.2	11.2	9.5	8.9
5	Men's clothing stores	7.0	5.7	12.9	6.3	6.9
6	Women's clothing stores	24.5	18.5	39.6	27.7	26.4
7	Other clothing stores	25.0	20.9	44.9	28.2	22.1
8	Household furniture and appliance stores	35.8	32.7	53.0	41.7	38.3
9	Household furnishings stores	10.9	9.6	16.8	14.8	13.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	418.2	298.7	298.7	336.2	415.3
11	Gasoline service stations	123.0	102.5	124.4	140.1	139.4
12	Automotive parts, accessories and services	78.0	60.0	85.3	76.2	86.5
13	General merchandise stores	167.0	125.1	266.3	171.3	162.1
14	Other semi-durable goods stores	50.2	37.9	70.2	52.4	48.1
15	Other durable goods stores	27.9	20.0	40.8	26.2	24.0
16	Other retail stores	97.1	71.8	109.0	105.7	93.7
17	Total, all stores	1,676.5	1,363.4	1,785.9	1,646.7	1,652.7

**TABLERAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
14.5	9.3	7.3	-1.3	-1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.9	1.9	-4.9	-0.5	-3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-4.0	-7.5	7.2	30.2	28.3	Autres magasins de vêtements	7
-9.9	-1.7	-5.9	7.8	10.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-42.1	-38.0	-20.9	16.6	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.5	-0.1	13.9	-0.9	12.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.8	-5.4	-7.6	-10.4	-3.3	Stations-service	11
-7.7	-4.5	0.4	-1.3	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.6	-8.1	-1.4	6.5	3.9	Magasins de marchandises diverses	13
22.5	18.4	6.2	-10.5	-7.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
14.5	-6.4	-6.7	-10.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
-2.3	-1.4	1.7	7.8	0.4	Autres magasins de vente au détail	16
5.8	0.9	2.5	-0.4	3.1	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
3.5	8.5	5.1	3.7	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
9.7	1.0	0.6	3.2	-0.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
14.7	-7.4	-0.3	7.6	10.5	Magasins de chaussures	4
1.0	6.4	-14.8	-9.6	-11.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
-7.0	-3.0	-1.7	-0.4	-5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
13.2	17.2	26.7	21.4	11.2	Autres magasins de vêtements	7
-6.5	-10.9	-	2.7	2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-16.9	7.1	31.6	21.7	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
0.7	-4.6	7.4	-1.8	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-11.8	-27.2	-28.5	-22.5	-13.1	Stations-service	11
-9.8	3.3	3.4	0.9	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.0	-1.7	1.0	-0.3	-1.2	Magasins de marchandises diverses	13
4.4	1.6	9.9	4.6	0.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.0	5.0	0.7	-0.2	-2.3	Autres magasins de produits durables	15
3.6	-3.8	0.9	-0.4	-0.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.4	-1.1	1.5	-0.6	-0.2	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	316.6	282.4	308.0	319.6	313.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	107.0	101.6	113.6	96.5	94.3
4	Shoe stores	9.5	5.8	10.8	8.3	8.1
5	Men's clothing stores	6.5	4.8	12.5	7.3	8.3
6	Women's clothing stores	23.1	15.7	32.7	23.1	21.8
7	Other clothing stores	15.9	11.9	26.0	18.7	15.5
8	Household furniture and appliance stores	33.6	31.5	51.7	37.2	34.0
9	Household furnishings stores	11.5	8.8	13.2	11.2	10.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	342.3	223.5	232.3	241.9	323.9
11	Gasoline service stations	96.2	94.4	116.1	123.4	109.3
12	Automotive parts, accessories and services	84.7	65.1	90.6	84.3	82.1
13	General merchandise stores	129.8	97.6	203.8	138.7	139.9
14	Other semi-durable goods stores	37.3	23.6	40.9	30.6	30.9
15	Other durable goods stores	20.1	15.1	33.5	22.3	20.0
16	Other retail stores	58.9	44.0	68.0	64.1	53.9
17	Total, all stores	1,305.5	1,031.5	1,361.0	1,235.1	1,275.8
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,397.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8	3,610.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	660.2	663.8	741.8	733.3	745.4
4	Shoe stores	160.5	95.3	186.5	150.7	156.3
5	Men's clothing stores	104.3	66.7	144.8	94.6	116.0
6	Women's clothing stores	315.4	211.0	336.1	281.2	280.9
7	Other clothing stores	370.8	264.4	428.2	339.9	318.8
8	Household furniture and appliance stores	603.0	460.3	627.9	561.8	526.2
9	Household furnishings stores	158.9	106.2	145.8	142.7	138.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,228.7	2,258.9	2,331.2	2,783.6	3,610.6
11	Gasoline service stations	753.3	668.4	735.7	755.1	706.6
12	Automotive parts, accessories and services	815.0	608.3	827.2	731.5	815.2
13	General merchandise stores	1,145.0	860.8	1,456.9	1,092.1	1,101.0
14	Other semi-durable goods stores	471.1	329.5	489.9	465.5	466.9
15	Other durable goods stores	295.0	219.7	352.5	273.5	274.7
16	Other retail stores	465.0	352.5	543.0	429.9	455.2
17	Total, all stores	13,290.5	10,641.6	13,251.7	12,768.3	13,661.4

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
1.0	-9.1	-13.9	-12.4	-9.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.5	15.2	24.5	21.9	19.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
18.2	12.1	17.3	19.9	22.8	Magasins de chaussures	4
-22.0	-12.3	-19.7	-4.9	9.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.2	3.2	0.2	0.6	-3.0	Magasins de vêtements pour dames	6
2.7	-7.0	-6.1	-9.3	-7.4	Autres magasins de vêtements	7
-1.4	2.5	7.8	8.7	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.4	15.5	18.9	13.2	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.7	-7.9	-5.8	-16.7	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-12.0	-1.5	8.0	- -	7.3	Stations-service	11
3.2	14.8	18.5	20.7	15.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-7.2	-8.5	3.9	3.4	9.0	Magasins de marchandises diverses	13
20.7	19.6	2.1	-13.6	-10.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.8	7.2	20.7	30.2	17.0	Autres magasins de produits durables	15
9.4	4.2	2.5	-7.0	-13.0	Autres magasins de vente au détail	16
2.3	-2.7	-0.2	-4.7	-0.9	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.9	-4.1	2.4	5.9	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-11.4	-4.4	-7.3	-1.9	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
2.7	-0.7	6.4	8.1	4.3	Magasins de chaussures	4
-10.1	-9.9	-1.9	2.9	2.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.3	7.2	15.0	10.0	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
16.3	19.1	17.7	6.8	3.1	Autres magasins de vêtements	7
14.6	22.7	8.0	-1.7	-2.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
14.6	18.1	4.0	1.9	-7.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-10.6	-4.8	2.1	1.7	14.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.6	-5.8	2.1	4.1	0.1	Stations-service	11
- -	4.5	6.5	5.5	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.0	1.1	7.0	9.7	8.7	Magasins de marchandises diverses	13
0.9	12.8	16.9	14.8	15.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.4	6.4	17.6	11.3	11.8	Autres magasins de produits durables	15
2.2	7.0	11.0	6.9	7.0	Autres magasins de vente au détail	16
-2.7	-0.4	4.9	4.9	7.8	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	4,031.3	3,804.6	4,043.4	3,972.9	3,977.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,129.6	1,077.1	1,247.3	1,130.4	1,115.4
4	Shoe stores	162.7	118.8	196.6	164.0	172.2
5	Men's clothing stores	162.4	122.7	242.9	141.9	178.1
6	Women's clothing stores	406.3	289.2	519.7	375.7	380.1
7	Other clothing stores	426.3	357.7	624.5	462.6	378.4
8	Household furniture and appliance stores	689.9	724.5	1,015.2	815.2	725.5
9	Household furnishings stores	211.3	183.2	264.5	246.3	221.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,629.0	4,381.5	4,684.8	4,503.9	5,321.9
11	Gasoline service stations	1,381.2	1,213.1	1,303.0	1,356.0	1,304.6
12	Automotive parts, accessories and services	1,163.4	980.0	1,265.1	1,142.8	1,216.8
13	General merchandise stores	1,963.9	1,550.1	2,796.5	1,833.2	1,804.6
14	Other semi-durable goods stores	674.6	478.2	835.8	648.1	648.4
15	Other durable goods stores	513.6	433.0	730.9	541.3	527.6
16	Other retail stores	1,304.0	969.2	1,421.7	1,302.9	1,141.1
17	Total, all stores	20,360.3	17,071.4	21,601.2	19,066.4	19,466.3
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	492.1	435.6	480.0	478.5	474.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	71.8	65.4	72.9	63.6	63.7
4	Shoe stores	13.0	8.2	13.8	9.8	10.5
5	Men's clothing stores	11.1	8.3	17.5	10.0	12.7
6	Women's clothing stores	28.6	20.8	37.7	29.4	32.0
7	Other clothing stores	37.0	29.5	55.5	38.8	34.5
8	Household furniture and appliance stores	57.5	53.3	82.6	58.6	55.7
9	Household furnishings stores	14.1	12.1	14.7	13.2	13.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	465.8	333.8	352.7	342.0	403.7
11	Gasoline service stations	176.0	151.9	164.3	170.3	146.9
12	Automotive parts, accessories and services	91.1	65.5	86.7	85.5	95.2
13	General merchandise stores	231.6	188.1	322.8	224.1	223.1
14	Other semi-durable goods stores	47.9	37.3	61.8	45.8	51.5
15	Other durable goods stores	56.9	42.3	71.4	50.3	46.6
16	Other retail stores	80.5	63.5	96.1	76.9	73.0
17	Total, all stores	1,900.1	1,536.8	1,955.5	1,721.4	1,761.5

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
1.4	3.4	4.6	2.9	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.3	0.4	2.2	0.6	-1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.5	-1.9	4.4	7.6	11.2	Magasins de chaussures	4
-8.8	-7.5	-12.3	-8.5	2.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
6.9	11.2	11.5	3.6	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6
12.7	32.3	21.1	16.2	11.5	Autres magasins de vêtements	7
-4.9	9.9	4.4	1.1	0.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.4	-0.6	8.2	13.5	15.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.8	13.1	16.4	11.8	15.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
5.9	-0.4	-0.8	-2.7	-2.2	Stations-service	11
-4.4	1.5	11.0	10.3	13.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.8	6.8	7.7	2.3	2.9	Magasins de marchandises diverses	13
4.0	-0.4	2.6	9.5	4.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.7	9.9	7.1	7.5	3.4	Autres magasins de produits durables	15
14.3	10.7	13.6	11.3	3.1	Autres magasins de vente au détail	16
4.6	7.3	8.6	6.4	6.3	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
3.6	-5.3	0.5	-	-0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
12.7	5.9	2.3	-1.9	-4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
24.5	2.1	11.1	-1.1	3.4	Magasins de chaussures	4
-12.7	-13.5	-18.8	-16.2	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-10.6	-9.9	-8.5	-9.6	-3.9	Magasins de vêtements pour dames	6
7.1	9.7	13.8	14.0	6.0	Autres magasins de vêtements	7
3.2	6.3	6.8	-5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
6.2	22.0	0.3	2.3	20.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
15.4	7.5	9.7	3.2	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
19.8	11.0	11.4	13.9	4.1	Stations-service	11
-4.4	-9.0	-8.9	-5.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	0.8	6.8	3.8	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
-7.1	2.6	5.2	-1.2	-7.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
22.0	26.5	26.3	12.9	2.1	Autres magasins de produits durables	15
10.2	0.7	8.1	8.5	3.8	Autres magasins de vente au détail	16
7.9	1.7	5.1	2.7	3.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	409.2	355.3	373.7	388.4	383.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	86.6	84.3	108.3	105.2	109.7
4	Shoe stores	12.0	7.4	12.1	9.7	9.6
5	Men's clothing stores	8.3	6.3	14.3	8.2	11.0
6	Women's clothing stores	24.5	17.5	30.3	23.2	23.9
7	Other clothing stores	33.7	24.1	46.1	31.1	26.6
8	Household furniture and appliance stores	47.9	48.9	66.8	48.7	44.7
9	Household furnishings stores	15.7	14.4	20.1	16.0	15.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	407.8	315.4	371.5	327.6	362.7
11	Gasoline service stations	139.5	121.7	132.8	146.5	131.6
12	Automotive parts, accessories and services	128.2	92.1	131.5	126.9	131.7
13	General merchandise stores	202.0	159.3	258.1	181.9	183.3
14	Other semi-durable goods stores	45.9	34.9	60.1	45.9	52.7
15	Other durable goods stores	36.8	27.3	48.7	38.4	41.1
16	Other retail stores	65.7	51.5	77.3	69.2	63.9
17	Total, all stores	1,674.6	1,370.1	1,763.4	1,576.9	1,602.2
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,400.5	1,258.2	1,378.9	1,369.5	1,348.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	252.8	252.9	302.0	262.0	266.3
4	Shoe stores	42.4	29.4	44.9	39.3	32.5
5	Men's clothing stores	39.0	30.7	55.9	31.1	40.5
6	Women's clothing stores	103.0	77.6	137.9	96.3	89.4
7	Other clothing stores	129.6	102.2	185.7	140.4	115.9
8	Household furniture and appliance stores	226.2	234.0	330.0	254.6	252.5
9	Household furnishings stores	52.4	47.0	60.9	59.4	55.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,592.2	1,104.2	1,108.0	1,224.2	1,510.8
11	Gasoline service stations	364.4	325.8	387.7	448.9	403.2
12	Automotive parts, accessories and services	315.9	273.8	392.8	365.9	379.8
13	General merchandise stores	553.7	445.5	758.1	527.4	517.4
14	Other semi-durable goods stores	192.7	125.1	220.3	197.1	199.0
15	Other durable goods stores	146.3	119.8	209.8	174.3	150.1
16	Other retail stores	299.4	233.7	357.5	295.6	274.3
17	Total, all stores	5,745.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7	5,671.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						N°
					Saskatchewan	
6.6	2.7	1.4	4.6	8.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-21.1	-20.8	4.5	17.3	22.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
25.3	8.7	27.0	16.3	11.9	Magasins de chaussures	4
-24.6	-27.4	-10.4	-3.9	17.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.5	-0.6	3.2	0.9	-13.1	Magasins de vêtements pour dames	6
26.8	12.8	23.8	12.4	-0.3	Autres magasins de vêtements	7
7.1	19.9	21.3	24.4	28.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.7	10.3	19.3	2.9	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
12.4	10.1	21.7	12.0	13.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.0	7.8	7.1	9.6	9.4	Stations-service	11
-2.7	1.5	41.0	34.4	35.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
10.2	7.5	5.4	3.7	5.7	Magasins de marchandises diverses	13
-12.9	-9.7	-4.2	-1.6	2.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-10.5	-7.9	-14.2	-8.1	4.4	Autres magasins de produits durables	15
2.8	7.0	-7.6	4.5	-0.7	Autres magasins de vente au détail	16
4.5	3.5	9.0	9.1	10.8	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
3.8	-1.2	1.6	4.1	6.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-5.1	-9.1	-8.7	-6.6	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
30.1	23.5	35.4	26.5	12.7	Magasins de chaussures	4
-3.6	-18.7	-24.7	-29.3	-10.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
15.3	12.3	18.9	-10.4	-11.5	Magasins de vêtements pour dames	6
11.9	15.8	20.0	16.7	12.8	Autres magasins de vêtements	7
-10.4	1.8	2.7	-4.7	-0.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-5.7	-10.6	-11.1	-1.7	-2.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.4	3.7	10.6	22.4	30.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-9.6	-3.2	1.4	4.5	6.1	Stations-service	11
-16.8	-2.8	18.0	14.9	19.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.0	3.9	2.7	-0.2	-4.2	Magasins de marchandises diverses	13
-3.1	-18.5	-4.1	4.8	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.6	5.9	6.9	9.8	0.1	Autres magasins de produits durables	15
9.1	6.5	24.1	9.1	6.3	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	0.2	5.4	6.9	9.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,817.5	1,652.5	1,815.6	1,768.3	1,692.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	373.4	369.4	439.4	379.4	360.9
4	Shoe stores	55.5	42.9	59.5	56.1	51.3
5	Men's clothing stores	56.8	46.9	86.4	52.5	49.8
6	Women's clothing stores	144.7	107.5	169.0	133.0	119.1
7	Other clothing stores	150.5	132.0	214.9	163.7	134.9
8	Household furniture and appliance stores	306.7	304.4	444.9	339.9	312.1
9	Household furnishings stores	86.6	87.8	109.7	99.5	89.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,103.7	1,735.5	1,638.9	1,856.9	1,805.5
11	Gasoline service stations	533.9	450.3	492.5	561.4	484.4
12	Automotive parts, accessories and services	313.8	280.1	315.8	315.9	307.2
13	General merchandise stores	785.2	624.3	1,024.5	743.2	730.9
14	Other semi-durable goods stores	298.4	214.8	356.5	298.6	298.8
15	Other durable goods stores	237.0	202.7	303.4	255.6	246.4
16	Other retail stores	423.3	351.8	479.0	446.5	395.2
17	Total, all stores	7,824.4	6,721.0	8,095.9	7,611.3	7,193.7
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	47.9	40.5	45.0	44.9	44.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.3	0.9	1.4	1.1	1.2
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.6	4.0	5.1	4.0	3.8
9	Household furnishings stores	1.2	1.1	1.5	1.4	1.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	23.9	17.2	16.8	18.0	20.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	53.6	44.0	57.6	48.4	51.6
14	Other semi-durable goods stores	6.8	4.5	8.1	7.4	6.1
15	Other durable goods stores	5.2	3.3	5.7	6.6	6.2
16	Other retail stores	10.1	7.6	10.7	10.6	9.0
17	Total, all stores	188.8	149.3	183.3	177.6	174.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
7.4	6.9	10.9	8.9	10.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.5	2.2	2.5	5.0	5.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
8.3	3.9	14.1	16.6	14.0	Magasins de chaussures	4
13.9	15.7	12.5	16.7	13.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
21.5	13.9	15.5	12.9	7.6	Magasins de vêtements pour dames	6
11.6	19.8	22.4	19.3	17.2	Autres magasins de vêtements	7
-1.7	5.3	21.3	13.1	19.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-2.8	0.7	-13.8	-13.3	-17.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.5	24.1	30.3	28.2	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
10.2	7.5	1.5	-0.2	-2.2	Stations-service	11
2.2	0.3	-3.1	-4.2	-2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.4	3.1	2.3	6.2	6.1	Magasins de marchandises diverses	13
-0.2	-0.3	19.5	18.1	12.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-3.8	-5.6	-6.5	10.3	21.3	Autres magasins de produits durables	15
7.1	6.4	8.6	6.7	6.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.8	9.6	11.4	11.8	10.0	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
7.8	6.7	6.9	5.3	10.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.6	12.1	12.0	-2.3	13.4	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
21.6	10.8	21.7	6.6	21.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-4.4	-4.3	-4.9	0.1	-9.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
16.3	10.1	4.9	-	13.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	0.5	6.7	6.4	10.7	Magasins de marchandises diverses	13
11.4	7.1	32.3	14.9	14.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-16.2	-1.8	22.7	45.7	40.2	Autres magasins de produits durables	15
12.2	0.8	-4.6	-1.3	-13.1	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	4.2	8.6	8.1	10.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	14.1	11.9	13.1	14.5	14.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	10.3	6.3	6.5	6.4	8.7
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.0	1.6	3.5	4.2	3.1
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	58.4	42.9	54.3	59.2	55.5
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	33.8	28.6	32.0	30.4	30.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.8	1.4	1.7	1.9	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.6	10.8	10.2	11.6	11.8
11	Gasoline service stations	3.9	4.0	4.1	4.9	4.3
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.8	2.8	4.7	3.1	3.1
15	Other durable goods stores	2.6	1.8	2.7	2.6	2.4
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	130.4	106.4	129.0	118.4	119.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3	Quarter 2 1994 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.0	-3.9	-4.9	-8.9	-9.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	..	121.8	77.2	72.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.2	19.8	-5.1	-2.1	7.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-1.6	-13.9	44.4	23.1	37.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.2	0.6	4.8	2.3	2.6	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
10.9	11.8	12.6	13.9	22.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-11.5	-24.1	-34.5	-25.4	-3.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
14.9	5.1	12.4	1.1	18.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-8.6	-7.8	36.4	92.8	54.7	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
24.3	24.8	24.6	5.3	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.7	1.2	-2.6	11.4	-2.0	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
9.3	5.7	10.3	11.3	14.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse				
	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	
	Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	93.6	94.8	96.1	89.1
2	All other food stores	83.8	90.8	90.5	88.8
3	Drugs and patent medicine stores	88.2	90.0	90.6	90.2
4	Shoe stores	79.4	92.3	85.3	84.9
5	Men's clothing stores	90.1	92.7	93.3	92.5
6	Women's clothing stores	81.7	88.0	88.2	87.2
7	Other clothing stores	92.0	94.0	94.4	94.9
8	Household furniture and appliance stores	90.6	93.4	93.2	94.5
9	Household furnishings stores	89.9	89.0	92.3	92.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.7	97.3	97.5	96.9
11	Gasoline service stations	92.4	96.0	95.5	93.6
12	Automotive parts, accessories and services	89.4	91.8	91.1	91.3
13	General merchandise stores	88.5	98.8	98.9	99.6
14	Other semi-durable goods stores	90.8	93.7	93.5	94.3
15	Other durable goods stores	85.3	90.8	91.7	90.8
16	Other retail stores	95.9	97.7	97.4	97.2
17	Total, all stores	92.1	95.1	95.5	93.7
Regions					
18	Newfoundland	95.7	96.8	95.8	96.4
19	Prince Edward Island	95.6	96.4	96.4	95.9
20	Nova Scotia	94.4	96.0	95.9	94.9
21	New Brunswick	94.7	96.8	96.3	96.5
22	Quebec	91.3	95.0	95.9	95.2
23	Ontario	89.2	93.6	94.0	89.5
24	Manitoba	94.7	95.7	96.1	96.0
25	Saskatchewan	93.9	95.4	96.8	97.1
26	Alberta	93.7	95.6	95.3	95.7
27	British Columbia	96.7	97.9	97.9	98.0
28	Yukon	90.2	93.4	96.7	94.7
29	Northwest Territories	90.6	88.4	91.3	92.0

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation					
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		N°
Per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
2.1	2.1	2.1	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
8.8	9.6	9.9	9.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.1	2.0	2.0	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
3.1	2.8	3.0	3.2	Magasins de chaussures	4
3.9	4.3	3.7	3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
4.6	4.8	4.6	4.9	Magasins de vêtements pour dames	6
5.5	6.3	6.3	6.7	Autres magasins de vêtements	7
3.3	3.5	3.6	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
5.2	4.6	6.0	6.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5.3	5.5	5.0	5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.9	3.8	4.0	4.2	Stations-service	11
3.1	2.8	2.7	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.6	0.6	0.6	0.6	Magasins de marchandises diverses	13
4.7	4.3	3.5	3.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
2.7	3.8	3.7	4.3	Autres magasins de produits durables	15
2.1	2.1	2.6	3.2	Autres magasins de vente au détail	16
1.5	1.5	1.5	1.7	Total, ensemble des magasins	17
				Régions	
2.5	2.6	2.5	2.4	Terre-Neuve	18
2.6	2.1	2.0	2.2	Île-du-Prince-Édouard	19
3.0	3.1	3.9	3.7	Nouvelle-Écosse	20
2.7	3.1	2.9	2.6	Nouveau-Brunswick	21
2.4	2.3	2.2	2.4	Québec	22
3.1	3.2	3.4	3.9	Ontario	23
2.6	3.9	3.6	3.6	Manitoba	24
2.7	2.6	2.5	2.5	Saskatchewan	25
6.3	6.4	5.3	5.1	Alberta	26
2.3	2.0	2.1	2.1	Colombie-Britannique	27
1.7	1.8	0.9	0.9	Yukon	28
2.0	1.8	1.7	2.4	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,143.3	4,162.9	4,137.8	4,181.6	4,202.8	4,137.2	4,190.8
2 All other food stores	350.3	344.6	351.4	357.8	359.1	354.7	350.2
3 Drugs and patent medicine stores	959.6	971.4	973.7	979.8	985.2	974.9	985.2
4 Shoe stores	154.6	154.1	157.9	153.7	139.7	153.8	147.9
5 Men's clothing stores	136.4	136.5	138.0	134.6	132.1	135.1	146.2
6 Women's clothing stores	358.0	359.6	383.0	362.7	339.6	353.1	352.8
7 Other clothing stores	438.0	438.2	436.9	438.3	442.0	440.2	447.9
8 Household furniture and appliance stores	729.2	718.3	715.0	720.2	747.0	747.7	763.8
9 Household furnishings stores	183.6	184.3	186.4	187.9	193.5	193.0	193.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,277.6	4,139.8	4,157.8	4,032.3	3,997.5	4,021.8	4,050.1
11 Gasoline service stations	1,209.3	1,217.2	1,220.0	1,254.4	1,210.1	1,190.7	1,186.4
12 Automotive parts, accessories and service	957.3	954.0	963.4	948.2	925.0	967.1	978.0
13 General merchandise stores	1,900.3	1,896.7	1,910.6	1,881.3	1,849.2	1,852.8	1,857.5
14 Other semi-durable goods stores	608.6	607.3	601.9	602.4	596.3	594.2	589.2
15 Other durable goods stores	467.0	473.4	465.8	467.1	477.6	478.7	474.4
16 Other retail stores	956.5	958.4	941.1	952.4	947.0	896.2	932.9
17 Total, all stores	17,829.4	17,716.6	17,740.9	17,654.5	17,543.7	17,491.1	17,646.5
Regions							
18 Newfoundland	291.2	294.9	290.4	292.3	298.3	287.1	288.0
19 Prince Edward Island	78.1	76.1	77.0	76.2	73.1	73.5	74.4
20 Nova Scotia	532.3	529.7	530.2	538.2	546.2	526.2	540.7
21 New Brunswick	426.4	428.1	423.5	418.6	415.3	408.0	411.1
22 Quebec	4,130.8	4,127.7	4,069.0	4,090.0	4,124.3	4,112.1	4,136.2
23 Ontario	6,681.2	6,590.8	6,639.7	6,604.8	6,455.8	6,558.7	6,640.5
24 Manitoba	615.5	625.3	619.3	617.7	604.8	598.1	595.5
25 Saskatchewan	561.8	560.7	552.7	543.6	538.0	513.5	532.6
26 Alberta	1,859.2	1,847.7	1,863.7	1,864.9	1,826.1	1,804.8	1,821.8
27 British Columbia	2,591.1	2,574.8	2,614.4	2,548.0	2,601.7	2,550.0	2,547.2
28 Yukon	19.0	18.6	18.7	18.3	18.1	17.9	17.8
29 Northwest Territories	42.8	42.1	42.2	42.0	42.1	41.2	40.7

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,165.8	4,216.1	4,171.3	4,141.7	4,116.3	4,166.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
355.1	339.7	321.4	335.4	327.8	328.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
995.5	993.3	994.3	1,004.8	1,010.0	1,005.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
143.1	149.0	150.7	145.1	143.2	159.5	Magasins de chaussures	4
140.0	136.7	132.9	134.0	134.9	139.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
356.8	359.3	350.3	349.9	342.2	342.5	Magasins de vêtements pour dames	6
438.7	433.5	428.6	407.5	416.9	422.4	Autres magasins de vêtements	7
770.8	782.4	745.0	753.2	727.3	722.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
193.6	191.5	194.6	192.9	193.3	192.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,111.0	4,138.8	4,068.5	4,102.0	4,037.8	3,806.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,137.0	1,184.2	1,185.9	1,171.6	1,181.3	1,192.7	Stations-service	11
1,010.0	1,017.9	1,016.1	995.3	978.1	992.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,854.4	1,836.6	1,806.2	1,814.3	1,760.0	1,843.4	Magasins de marchandises diverses	13
596.5	598.1	609.8	611.5	601.7	613.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
489.4	468.4	479.2	465.5	456.6	478.4	Autres magasins de produits durables	15
955.8	919.8	921.3	919.6	907.1	894.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,713.3	17,765.2	17,576.2	17,544.5	17,334.3	17,301.3	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
285.4	286.1	284.0	287.1	285.7	283.9	Terre-Neuve	18
73.3	73.0	72.4	74.6	71.9	71.5	Île-du-Prince-Édouard	19
543.2	545.1	542.6	541.6	535.2	534.3	Nouvelle-Écosse	20
408.8	419.9	410.9	409.6	394.4	400.4	Nouveau-Brunswick	21
4,230.9	4,261.8	4,234.6	4,173.8	4,175.2	4,214.0	Québec	22
6,639.6	6,609.3	6,550.9	6,517.0	6,420.4	6,358.2	Ontario	23
586.2	595.2	583.8	590.9	574.1	581.7	Manitoba	24
532.0	532.3	531.9	547.1	530.3	524.2	Saskatchewan	25
1,814.1	1,853.7	1,816.3	1,836.9	1,781.4	1,829.2	Alberta	26
2,541.6	2,530.2	2,491.5	2,508.4	2,509.1	2,447.5	Colombie-Britannique	27
17.5	18.2	17.5	17.5	17.5	17.4	Yukon	28
40.6	40.4	39.9	39.9	39.2	38.8	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,226.8	4,273.4	4,357.3	4,233.9	4,122.3	4,144.2	3,728.4
2 All other food stores	362.1	366.3	382.2	369.5	368.8	335.3	291.5
3 Drugs and patent medicine stores	956.7	922.6	979.6	974.6	937.4	976.9	890.7
4 Shoe stores	158.0	139.4	165.6	165.1	142.7	123.3	88.0
5 Men's clothing stores	111.8	115.8	146.7	131.7	122.5	103.5	87.2
6 Women's clothing stores	343.6	330.6	393.2	370.7	322.7	295.8	223.4
7 Other clothing stores	457.0	378.2	417.9	394.6	392.2	368.6	281.5
8 Household furniture and appliance stores	732.2	697.9	702.4	654.5	674.7	685.2	584.8
9 Household furnishings stores	194.1	189.7	199.7	192.9	175.0	177.9	148.4
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,404.9	4,216.2	5,111.0	5,067.5	4,279.0	4,358.2	3,272.0
11 Gasoline service stations	1,330.7	1,336.9	1,303.5	1,280.5	1,109.7	1,141.0	1,037.6
12 Automotive parts, accessories and service	964.6	978.7	1,084.0	1,068.1	902.2	893.0	744.6
13 General merchandise stores	1,855.4	1,698.8	1,853.2	1,815.6	1,686.0	1,593.9	1,279.8
14 Other semi-durable goods stores	634.5	608.3	645.9	682.8	537.8	471.5	416.4
15 Other durable goods stores	474.8	468.6	471.2	454.8	424.2	386.1	336.9
16 Other retail stores	1,010.5	1,034.5	1,017.0	955.2	861.4	782.2	691.9
17 Total, all stores	18,217.9	17,756.0	19,230.5	18,812.0	17,058.7	16,836.7	14,102.9
Regions							
18 Newfoundland	307.1	303.1	313.8	303.0	284.4	271.7	220.5
19 Prince Edward Island	89.3	86.3	87.4	79.5	67.3	64.3	55.7
20 Nova Scotia	546.6	539.5	586.6	564.8	525.1	504.5	420.1
21 New Brunswick	447.1	441.9	465.6	443.0	396.8	383.5	322.3
22 Quebec	4,266.7	4,165.1	4,508.3	4,581.7	4,200.5	4,014.7	3,237.2
23 Ontario	6,698.4	6,483.6	7,212.3	6,982.2	6,165.8	6,249.0	5,341.0
24 Manitoba	626.1	616.9	666.3	643.8	590.0	571.2	480.5
25 Saskatchewan	573.6	561.7	592.1	565.0	517.5	493.7	428.6
26 Alberta	1,918.6	1,858.3	2,012.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7	1,451.1
27 British Columbia	2,678.9	2,633.0	2,717.8	2,634.2	2,472.3	2,492.1	2,099.4
28 Yukon	21.9	22.2	22.2	19.8	16.4	16.3	13.5
29 Northwest Territories	43.6	44.3	45.8	43.4	41.2	40.1	33.1

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6	4,197.2	4,112.4	32,931.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
291.2	410.9	299.8	326.2	326.2	334.0	2,766.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2
947.3	1,248.4	991.3	1,012.8	1,008.6	998.9	7,585.8	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
107.2	209.9	175.0	160.2	159.8	160.0	1,089.2	Magasins de chaussures	4
105.2	298.3	162.2	137.5	126.6	112.7	924.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
249.8	600.8	375.7	353.3	362.9	322.4	2,529.7	Magasins de vêtements pour dames	6
304.4	742.7	487.1	423.4	453.3	433.9	2,994.6	Autres magasins de vêtements	7
645.8	1,145.3	806.4	770.9	763.7	719.1	5,377.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
148.0	237.0	217.7	199.3	200.5	209.1	1,425.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8	3,989.8	3,900.4	33,901.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4	1,210.8	1,302.1	9,597.8	Stations-service	11
836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8	962.2	1,001.1	7,471.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9	1,701.7	1,776.6	13,092.1	Magasins de marchandises diverses	13
425.0	961.0	650.4	583.1	593.6	630.6	4,422.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
369.4	924.4	483.0	413.0	452.8	481.4	3,386.1	Autres magasins de produits durables	15
695.5	1,445.8	881.5	879.7	912.5	918.2	7,048.2	Autres magasins de vente au détail	16
14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0	17,422.3	17,412.9	136,544.5	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
222.2	369.3	304.7	282.9	287.5	294.1	2,225.7	Terre-Neuve	18
57.9	89.3	72.9	72.7	73.8	79.5	587.6	Île-du-Prince-Édouard	19
438.8	692.9	556.9	536.1	542.7	546.8	4,126.0	Nouvelle-Écosse	20
325.6	517.2	435.5	408.2	396.5	411.8	3,226.0	Nouveau-Brunswick	21
3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7	4,196.8	4,260.3	32,363.9	Québec	22
5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2	6,457.4	6,260.0	50,613.7	Ontario	23
485.1	760.8	606.3	588.4	569.8	573.8	4,679.9	Manitoba	24
447.8	661.6	552.3	549.4	521.0	526.0	4,180.0	Saskatchewan	25
1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1	1,783.6	1,861.9	14,214.3	Alberta	26
2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6	2,537.9	2,539.1	19,857.2	Colombie-Britannique	27
13.1	20.4	16.6	17.3	17.7	20.4	145.4	Yukon	28
33.2	48.5	40.3	40.2	37.9	39.1	324.8	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)

	Sales Ventes				
	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	93.5	87.1	92.2	87.9	653.2
Prince Edward Island	27.7	25.8	24.5	22.9	172.1
Nova Scotia	170.3	158.1	165.2	160.5	1,194.8
New Brunswick	147.5	130.7	140.4	134.7	988.9
Quebec	1,399.2	1,336.5	1,478.0	1,479.0	10,297.6
Ontario	2,128.8	2,006.1	2,213.1	2,127.6	15,810.1
Manitoba	202.5	184.7	197.6	191.1	1,421.9
Saskatchewan	181.4	164.5	180.9	171.6	1,283.8
Alberta	634.5	580.8	603.8	587.3	4,417.7
British Columbia	903.8	847.3	850.5	846.5	6,378.7
Yukon	7.3	6.9	6.7	5.9	45.3
Northwest Territories	21.6	21.3	22.5	22.4	163.2
Total	5,918.1	5,549.9	5,975.5	5,837.3	42,827.3

TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)

	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	93.5	87.1	92.2	87.9	84.3	77.6	64.2
Prince Edward Island	27.7	25.8	24.5	22.9	20.1	18.7	16.1
Nova Scotia	170.3	158.1	165.2	160.5	151.4	142.8	120.3
New Brunswick	147.5	130.7	140.4	134.7	119.1	115.4	99.2
Quebec	1,399.2	1,336.5	1,478.0	1,479.0	1,327.2	1,217.0	986.6
Ontario	2,128.8	2,006.1	2,213.1	2,127.6	1,999.9	1,948.1	1,649.6
Manitoba	202.5	184.7	197.6	191.1	180.6	176.0	141.9
Saskatchewan	181.4	164.5	180.9	171.6	161.0	150.4	130.9
Alberta	634.5	580.8	603.8	587.3	547.0	533.9	448.9
British Columbia	903.8	847.3	850.5	846.5	797.8	778.1	657.7
Yukon	7.3	6.9	6.7	5.9	5.1	4.9	4.4
Northwest Territories	21.6	21.3	22.5	22.4	21.6	20.0	17.1
Total	5,918.1	5,549.9	5,975.5	5,837.3	5,415.2	5,182.7	4,336.9

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-4.3	-4.3	-0.1	1.5	-2.3	Terre-Neuve
1.1	0.6	2.8	3.6	0.6	Île-du-Prince-Édouard
2.4	1.7	3.6	6.6	2.1	Nouvelle-Écosse
7.3	3.6	4.3	4.1	3.8	Nouveau-Brunswick
-0.7	-0.6	3.7	5.3	3.2	Québec
-0.2	-1.0	2.7	4.0	3.1	Ontario
6.2	7.4	6.7	4.7	5.2	Manitoba
3.0	0.3	3.2	0.7	-0.4	Saskatchewan
0.7	2.3	3.6	2.1	0.6	Alberta
6.5	5.1	5.1	5.3	4.4	Colombie-Britannique
-2.2	-4.3	-3.4	-3.8	-5.6	Yukon
7.7	3.6	5.7	6.4	4.7	Territoires du Nord-Ouest
1.3	0.8	3.5	4.3	2.9	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
66.4	169.8	127.0	101.8	94.4	97.8	653.2	Terre-Neuve
16.3	37.8	25.8	22.8	23.8	27.4	172.1	Île-du-Prince-Édouard
126.3	304.1	207.1	172.2	168.2	166.3	1,194.8	Nouvelle-Écosse
101.8	229.1	167.0	142.7	130.2	137.4	988.9	Nouveau-Brunswick
1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4	1,381.6	1,409.2	10,297.6	Québec
1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9	2,199.1	2,133.7	15,810.1	Ontario
147.5	328.4	222.6	199.9	180.9	190.7	1,421.9	Manitoba
143.1	283.7	198.0	183.3	168.0	176.1	1,283.8	Saskatchewan
481.5	1,019.8	680.6	605.2	584.1	630.0	4,417.7	Alberta
696.8	1,399.7	944.6	864.0	866.9	848.5	6,378.7	Colombie-Britannique
4.1	8.6	6.2	6.2	6.4	7.4	45.3	Yukon
16.7	27.4	22.2	22.2	20.0	20.1	163.2	Territoires du Nord-Ouest
4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5	5,823.6	5,844.6	42,827.3	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,217.9	4.6	15,376.9	2.7
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1993:					
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
1994:					
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
1995:					
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.9	0.5	14,911.8	0.6	Juin
118.9	17,716.6	-0.1	14,901.4	-0.1	Juillet
118.8	17,829.4	0.6	15,009.9	0.7	Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 Quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Canada

*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

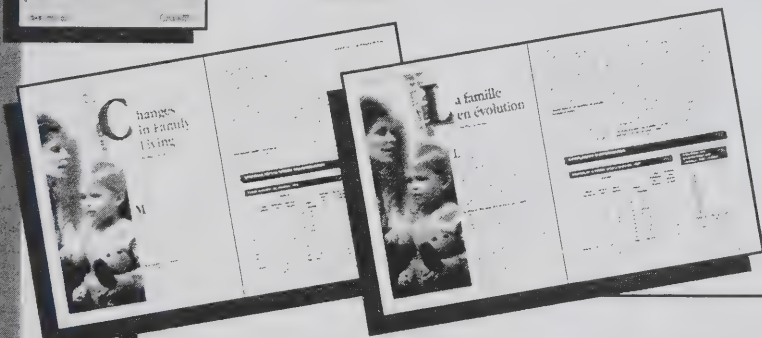
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With **Custom FamEx Tabulations** you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get **Custom FamEx Tabulations** in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis*.

Avec **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles**, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles** dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

September 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Septembre 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

September 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Septembre 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

December 1995

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 9

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Décembre 1995

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 9

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

⊗

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» - «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.

⊗

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

In September, retailers maintained the sales level they reached in August. Following August's strong 0.9% gain, retail sales advanced 0.1% in September to \$17.9 billion. The sales trend strengthened over the latest four months after a relatively flat performance since the beginning of 1995. Before then, the sales trend generally grew from early 1992 to November 1994.

Cumulative sales from January to September 1995 were 3.4% higher than in the same period of 1994; removing the effect of price, the increase was closer to 1.2%. If the current growth rate for the first nine months of 1995 continues, sales will be up substantially over last year. However, the 1995 growth rate will be less than the 1994 rate. Last year, despite relatively stable prices throughout the year, retailers reported their stongest gain since 1992.

September brought sales increases to three of the seven sectors, accounting for 42% of total sales. Advancing the most in dollar terms were the food (+0.9%) and drug (+2.0%) sectors. Declines in the automotive (-0.2%), clothing (-1.4%) and general merchandise (-0.4%) sectors limited the gain in total sales.

The sales declines in the automotive and general merchandise sectors contrasted with their strong performances since the start of the year. The auto sector's sales have been generally increasing since March 1995. Sales by the general merchandise sector have followed generally steady growth since mid-1993.

Retailers in five of the provinces and territories reported higher sales, while in six they posted decreases. Sales in Saskatchewan remained unchanged.

Food and drug store sales were up

Food retailers enjoyed a 0.9% gain in sales, enough to offset August's 0.4% decline. Monthly movements have been volatile since the beginning of the year, and despite September's gain, food store sales have been generally decreasing since February 1995.

After four successive declines, drug stores sales advanced 2.0% in September. But despite this increase, sales for the latest 11 months have been below levels reached during the same period last year. Factors

FAITS SAILLANTS

En septembre, les détaillants ont conservé le niveau de ventes atteint en août. Les ventes totales au détail ont augmenté de 0.1% à \$17.9 milliards, après avoir grimpé de 0.9% en août. La tendance des ventes au détail s'est raffermie au cours des quatre derniers mois, après très peu de changement depuis le début de l'année 1995. Précédemment, la tendance s'était maintenue généralement en hausse, du début de 1992 jusqu'en novembre 1994.

Les ventes cumulatives de janvier à septembre 1995 sont de 3.4% supérieures à celles enregistrées durant la même période de 1994. Si l'on élimine l'effet de la variation des prix, la hausse se rapproche davantage de +1.2%. Si le taux de croissance enregistré durant les neuf premiers mois de 1995 se maintient, les ventes seront nettement supérieures à celles de l'an dernier. Cependant, le taux de croissance en 1995 sera inférieur au taux enregistré en 1994. L'an dernier, les détaillants ont en effet enregistré la plus forte hausse depuis 1992 et ce, en dépit de prix relativement stables maintenus tout au long de l'année.

En septembre, les ventes au détail ont augmenté dans trois des sept secteurs, lesquels représentent 42% des ventes totales. Les hausses les plus fortes, en dollars, ont été enregistrées dans les secteurs de l'alimentation (+0.9%) et des médicaments (+2.0%). Les baisses dans les secteurs de l'automobile (-0.2%), du vêtement (-1.4%) et des magasins de marchandises diverses (-0.4%) ont limité l'accroissement des ventes totales.

Cette réduction des ventes dans les secteurs de l'automobile et des magasins de marchandises diverses fait contraste à la bonne performance qu'ont affiché ces secteurs depuis le début de l'année. En effet, depuis mars 1995, les ventes de véhicules automobiles sont généralement en hausse. Dans le secteur des magasins de marchandises diverses, une croissance généralement soutenue est maintenue depuis le milieu de 1993.

Les ventes ont augmenté dans cinq provinces et territoires, alors qu'elles ont diminué dans six provinces et qu'elles sont demeurées stables en Saskatchewan.

Hausse des ventes d'aliments et de médicaments

En septembre, les ventes dans le secteur de l'alimentation ont augmenté de 0.9%, une hausse suffisante pour contrebalancer la baisse de 0.4% en août. Depuis le début de l'année, les variations mensuelles fluctuent et, en dépit de la hausse en septembre, les ventes du secteur demeurent généralement en baisse depuis février 1995.

Après quatre baisses successives, les ventes dans les pharmacies ont progressé de 2.0% en septembre. Cependant, malgré cette augmentation, les ventes cumulatives des 11 derniers mois demeurent inférieures à celles enregistrées durant la même période.

affecting this sector's slowdown include provincial legislation that prohibits drug stores from selling tobacco products and greater competition from supermarkets and discount stores for sales of various pharmaceutical products.

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) dropped 0.2% after a significant 2.6% gain in August. Operators of gasoline service stations and retailers of parts, accessories and services led the decline in September with decreases of 0.3% and 1.2% respectively. Sales by new and used motor vehicle dealers remained unchanged despite a 2.0% increase in the number of new motor vehicles sold.

In the other retail sectors, clothing store sales have levelled off growing from January 1994 to March 1995. The trend in the furniture sector has been decreasing since February 1995 after strong and steady growth since February 1994.

Provinces at a glance

Monthly sales increased in five of the provinces and territories. Retailers in Quebec and Manitoba showed the best performances in September. Partly offsetting these were lower sales in Alberta and British Columbia. Retail sales in Quebec, which had been falling for most of 1995, rose 1.4% in September, the third consecutive monthly increase. Moreover, for the first time this year, retail sales in Quebec were higher (+1.2%) than in the previous year. Sales grew 1.3% in Manitoba after a 1.5% decline in August. September's gain marked the seventh increase this year for Manitoba retailers. September's lower sales in Alberta (-1.1%) and British Columbia (-0.5%) offset similar increases in August. Sales in British Columbia made four consecutive gains starting in January 1995, but have since fluctuated.

Third quarter of 1995

From July to September, retail sales rose 1.0% compared with the second quarter of 1995, mostly due to the performance in August. This gain was the largest increase since the fourth quarter of 1994. Of the four sectors reporting higher sales in the third quarter of 1995, the automobile and the other retail stores sectors were the main contributors.

de l'an dernier. Le ralentissement dans ce secteur tient notamment aux changements apportés à certaines lois provinciales en vue d'interdire la vente de produits du tabac dans les pharmacies, ainsi qu'à la concurrence plus vive de la part des supermarchés et des grands magasins d'escomptes pour la ventes de divers produits pharmaceutiques.

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont diminué de 0.2% en septembre, après avoir fortement progressé (+2.6%) en août. Cette baisse est imputable principalement à la réduction des ventes par les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services qui ont affiché des baisses respectives de 0.3% et de 1.2%. Par ailleurs, les ventes par les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés sont demeurées inchangées en septembre, bien que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus ait augmenté de 2.0%.

Dans les autres secteurs du commerce du détail, les ventes de vêtements se sont stabilisées, après avoir été en hausse de janvier 1994 à mars 1995. La tendance dans le secteur du meuble est à la baisse depuis février 1995, après avoir été fortement en hausse depuis février 1994.

Résultats provinciaux

Cinq provinces et territoires ont déclaré des hausses en septembre, les meilleures performances ayant été enregistrées au Québec et au Manitoba. Ces hausses ont été partiellement neutralisées par la diminution des ventes en Alberta et en Colombie-Britannique. Au Québec, les ventes au détail, qui ont affiché un recul durant la majeure partie de 1995, ont augmenté de 1.4% en septembre. Il s'agit de la troisième hausse mensuelle consécutive et, pour la première fois cette année, les ventes au détail au Québec ont été supérieures (+1.2%) à celles de l'an dernier. Les ventes ont progressé de 1.3% au Manitoba, après avoir reculé de 1.5% en août. La hausse en septembre constitue la septième hausse enregistrée au Manitoba cette année. L'Alberta (-1.1%) et la Colombie-Britannique (-0.5%) ont pour leur part vu leurs ventes diminuer en septembre, ces baisses venant contrebalancer les hausses comparables affichées en août. Après quatre gains consécutifs depuis janvier 1995, les ventes en Colombie-Britannique ont fluctué.

Troisième trimestre de 1995

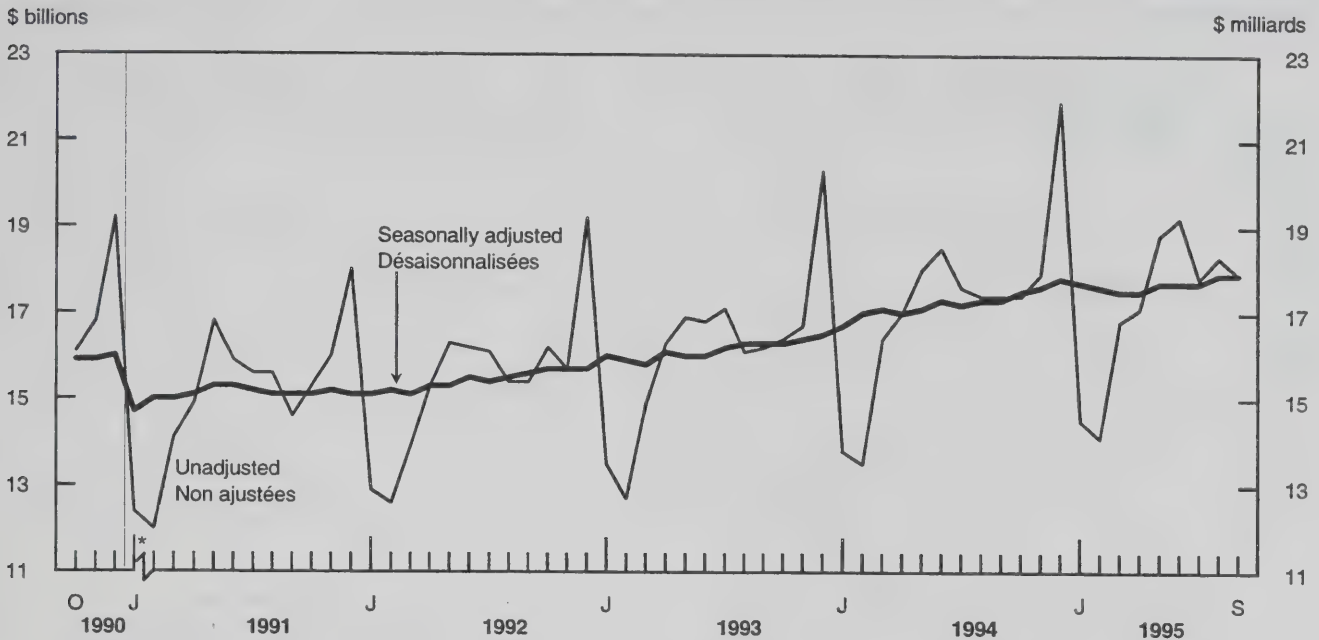
De juillet à septembre, les ventes au détail ont grimpé de 1.0% par rapport au deuxième trimestre de 1995, cette hausse étant attribuable principalement à la bonne performance enregistrée en août. Il s'agit de la plus forte augmentation depuis le quatrième trimestre de 1994. Parmi les quatre secteurs affichant un accroissement des ventes durant le troisième trimestre, ce sont les secteurs de l'automobile et des autres magasins de détail qui ont le plus contribué à cette augmentation.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

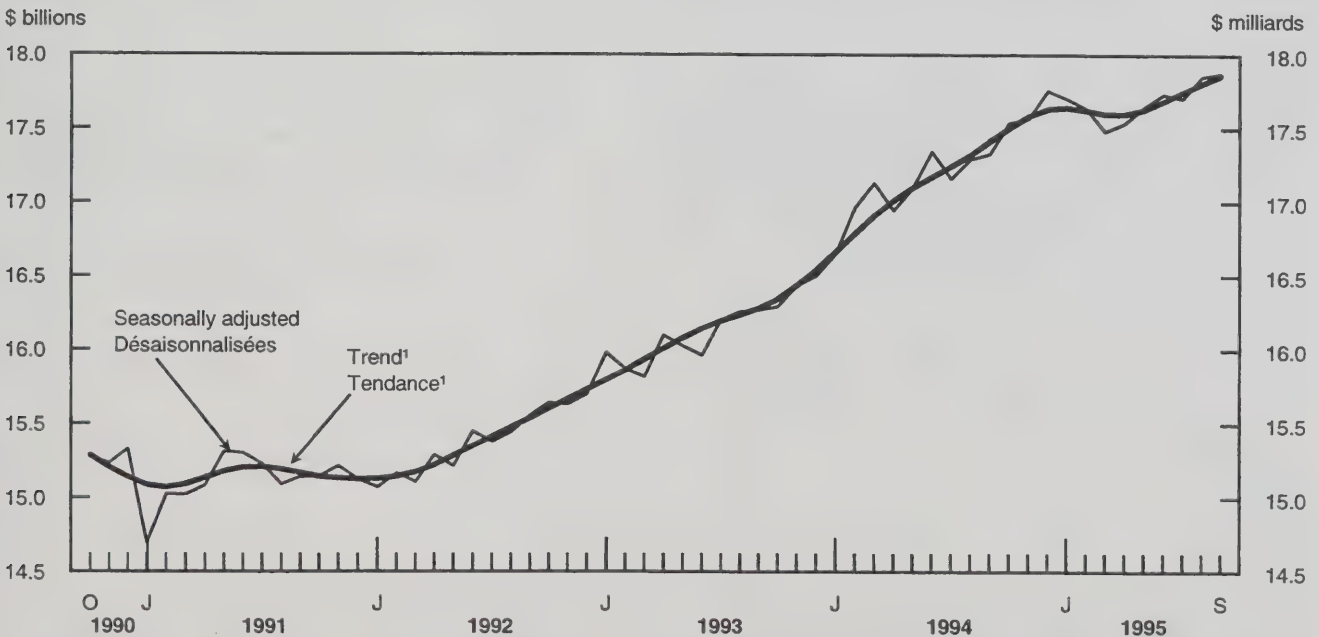
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales - Canada

Ventes au détail - Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

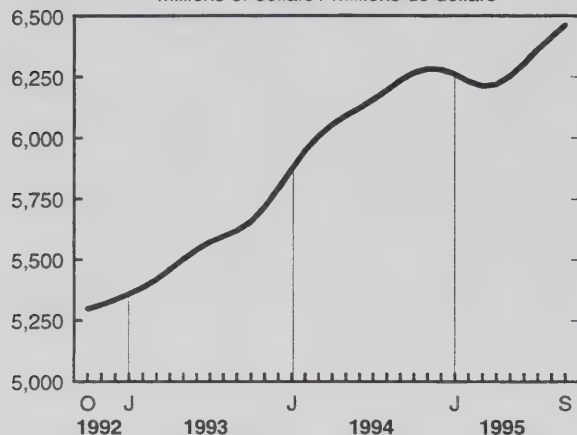
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

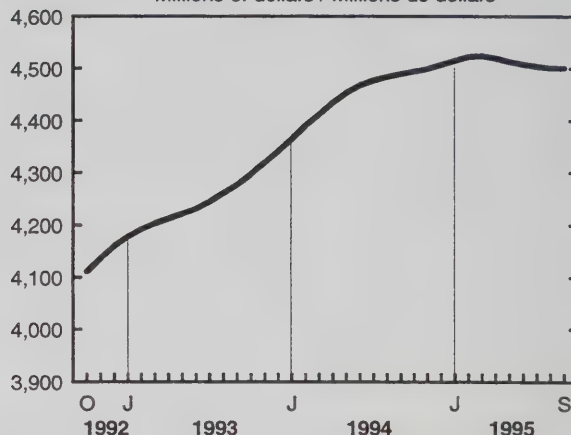
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

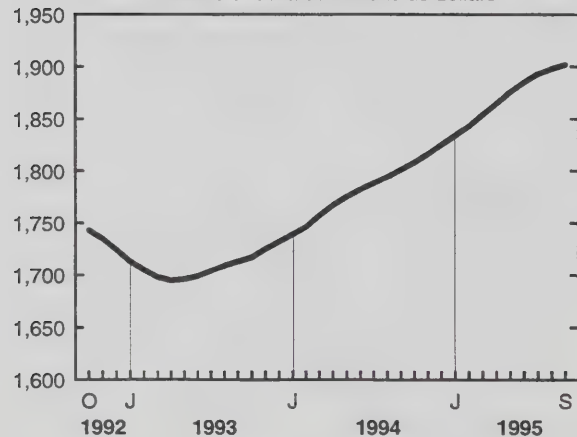
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



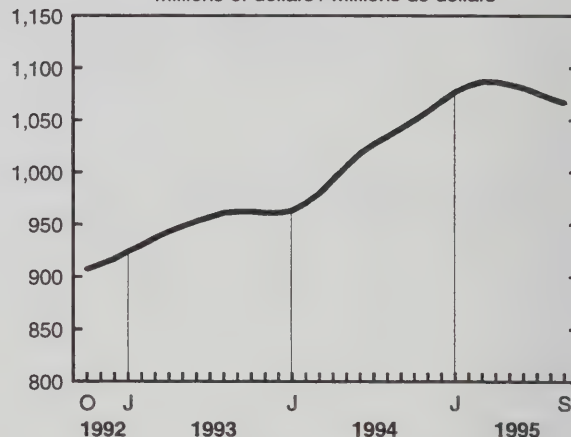
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



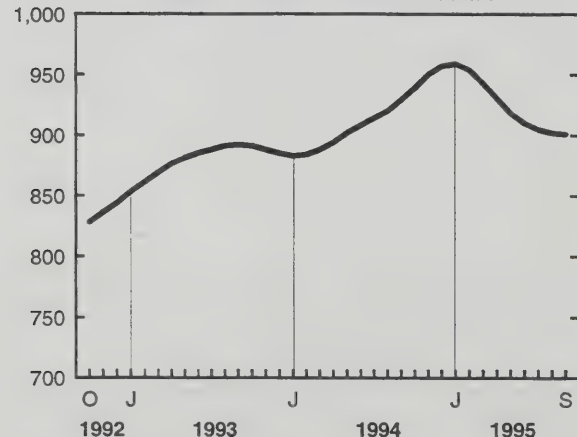
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



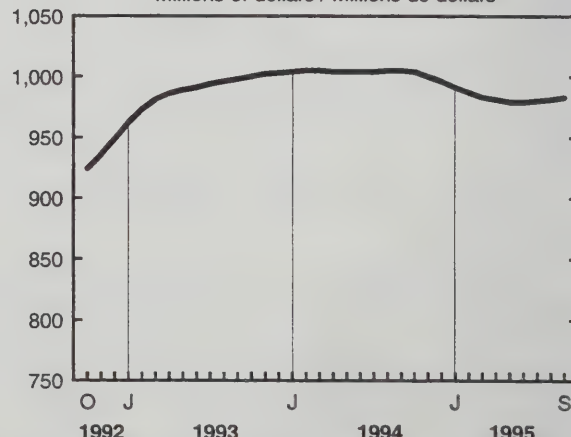
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		September 1995 Septembre	August 1995 Août
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,170.4	4,142.2	4,163.8	4,138.4	37,492.9	0.7	-0.5
2	All other food stores	360.8	349.2	345.5	352.0	3,184.4	3.3	1.1
3	Drugs and patent medicine stores	994.1	974.1	975.1	976.6	8,840.4	2.0	-0.1
4	Shoe stores	146.8	152.5	153.3	158.1	1,349.0	-3.8	-0.5
5	Men's clothing stores	131.6	135.3	135.7	137.4	1,228.0	-2.7	-0.3
6	Women's clothing stores	344.9	351.0	356.0	381.3	3,198.3	-1.7	-1.4
7	Other clothing stores	436.7	435.8	437.3	436.2	3,953.1	0.2	-0.3
8	Household furniture and appliance stores	721.3	728.6	717.6	714.6	6,631.6	-1.0	1.5
9	Household furnishings stores	185.5	183.2	184.3	186.4	1,700.6	1.3	-0.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,270.7	4,271.2	4,132.8	4,154.1	37,041.4	-	3.4
11	Gasoline service stations	1,226.4	1,229.8	1,220.0	1,222.5	10,877.3	-0.3	0.8
12	Automotive parts, accessories and services	956.6	968.5	953.8	963.4	8,670.7	-1.2	1.5
13	General merchandise stores	1,893.7	1,900.5	1,896.3	1,909.2	16,894.9	-0.4	0.2
14	Other semi-durable goods stores	621.2	615.6	610.1	604.0	5,429.5	0.9	0.9
15	Other durable goods stores	461.5	465.5	471.6	464.6	4,250.3	-0.9	-1.3
16	Other retail stores	961.2	960.2	959.4	941.8	8,506.9	0.1	0.1
17	Total, all stores	17,883.2	17,863.3	17,712.6	17,740.5	159,248.9	0.1	0.9
Regions								
18	Newfoundland	291.9	292.1	294.8	290.3	2,620.1	-0.1	-0.9
19	Prince Edward Island	78.7	78.2	76.0	77.1	680.4	0.6	2.9
20	Nova Scotia	525.0	531.9	528.8	529.6	4,809.8	-1.3	0.6
21	New Brunswick	430.9	428.9	428.5	424.3	3,774.4	0.5	0.1
22	Quebec	4,223.7	4,164.3	4,140.0	4,078.5	37,300.1	1.4	0.6
23	Ontario	6,672.6	6,684.4	6,586.3	6,637.0	59,479.7	-0.2	1.5
24	Manitoba	623.7	615.8	625.1	619.2	5,486.1	1.3	-1.5
25	Saskatchewan	561.1	560.8	559.9	552.2	4,893.8	-	0.2
26	Alberta	1,844.8	1,864.4	1,844.3	1,861.2	16,546.5	-1.1	1.1
27	British Columbia	2,568.0	2,580.6	2,568.7	2,610.0	23,115.8	-0.5	0.5
28	Yukon	18.3	19.0	18.4	18.7	164.1	-3.6	3.1
29	Northwest Territories	44.6	42.8	41.9	42.3	378.2	4.2	2.2

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
0.6	-1.0	1.3	-0.6	-0.8	-0.1	0.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-1.8	-1.6	10.1	6.3	7.3	12.1	16.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.2	-0.3	-1.6	-3.1	-2.7	-2.4	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.1	2.9	2.5	-4.4	3.4	9.0	1.7	Magasins de chaussures 4
-1.2	2.1	-2.4	-2.7	-3.4	-3.9	-5.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
-6.6	5.1	0.8	2.5	5.2	12.5	7.5	Magasins de vêtements pour dames 6
0.3	-0.5	4.8	3.2	8.4	9.3	14.0	Autres magasins de vêtements 7
0.4	-0.8	-0.8	0.8	-0.9	-1.2	3.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.1	-0.8	-4.0	-4.7	-4.4	-1.2	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-0.5	3.0	5.8	12.2	10.2	3.2	6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-0.2	-2.5	3.8	3.1	2.2	2.8	2.0	Stations-service 11
-1.0	1.6	-2.2	-2.5	-3.8	-2.3	-1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-0.7	1.5	7.6	3.1	6.6	6.1	5.1	Magasins de marchandises diverses 13
1.0	0.3	3.2	0.4	0.5	0.9	1.4	Autres magasins de produits semi-durables 14
1.5	-0.5	1.1	-2.7	-0.7	-1.7	1.2	Autres magasins de produits durables 15
1.9	-1.1	6.0	7.3	6.1	6.7	7.9	Autres magasins de vente au détail 16
-0.2	0.5	3.2	3.2	3.2	2.3	3.4	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
1.5	-0.7	2.2	2.9	3.8	0.9	2.7	Terre-Neuve 18
-1.5	1.2	9.5	9.4	7.5	7.6	5.1	Île-du-Prince-Édouard 19
-0.2	-1.6	-1.9	-0.4	-1.2	-1.1	-0.5	Nouvelle-Écosse 20
1.0	1.4	9.2	7.1	5.8	2.1	2.2	Nouveau-Brunswick 21
1.5	-0.3	1.2	-1.2	-0.6	-4.0	-1.0	Québec 22
-0.8	0.5	3.9	5.1	4.6	4.3	5.5	Ontario 23
0.9	0.2	8.6	5.8	8.9	6.3	5.9	Manitoba 24
1.4	1.6	5.8	7.0	7.0	6.0	5.2	Saskatchewan 25
-0.9	-0.2	3.6	1.9	1.1	0.9	1.2	Alberta 26
-1.6	2.4	2.3	5.4	5.6	7.8	7.5	Colombie-Britannique 27
-1.1	1.9	4.6	9.3	4.1	7.3	3.6	Yukon 28
-0.9	0.8	14.0	10.2	8.7	8.6	8.9	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif	
	millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	4,277.6	4,222.8	4,273.4	4,357.3	37,204.9
2	All other food stores	361.3	358.4	366.3	382.2	3,124.6
3	Drugs and patent medicine stores	986.3	971.4	922.6	979.6	8,586.8
4	Shoe stores	162.5	156.4	139.4	165.6	1,250.2
5	Men's clothing stores	124.6	111.4	115.8	146.7	1,048.7
6	Women's clothing stores	364.6	338.0	330.6	393.2	2,888.8
7	Other clothing stores	473.6	454.6	378.2	417.9	3,465.8
8	Household furniture and appliance stores	741.0	732.9	697.9	702.4	6,119.2
9	Household furnishings stores	192.5	193.3	189.7	199.7	1,617.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,149.2	4,410.4	4,216.2	5,111.0	38,055.6
11	Gasoline service stations	1,243.4	1,357.5	1,336.9	1,303.5	10,867.9
12	Automotive parts, accessories and services	928.3	981.5	978.7	1,084.0	8,417.0
13	General merchandise stores	1,827.8	1,855.6	1,698.8	1,853.2	14,920.1
14	Other semi-durable goods stores	620.5	641.2	608.3	645.9	5,049.2
15	Other durable goods stores	440.8	476.2	468.6	471.2	3,828.3
16	Other retail stores	970.6	1,016.4	1,034.5	1,017.0	8,024.7
17	Total, all stores	17,864.6	18,278.1	17,756.0	19,230.5	154,469.3
Regions						
18	Newfoundland	292.3	308.9	303.1	313.8	2,519.9
19	Prince Edward Island	80.4	89.2	86.3	87.4	667.9
20	Nova Scotia	524.2	547.7	539.5	586.6	4,651.3
21	New Brunswick	435.5	450.1	441.9	465.6	3,664.4
22	Quebec	4,235.7	4,297.0	4,165.1	4,508.3	36,630.0
23	Ontario	6,644.0	6,709.8	6,483.6	7,212.3	57,269.2
24	Manitoba	613.5	626.5	616.9	666.3	5,293.8
25	Saskatchewan	554.7	573.5	561.7	592.1	4,734.6
26	Alberta	1,833.0	1,932.0	1,858.3	2,012.3	16,060.7
27	British Columbia	2,588.9	2,678.0	2,633.0	2,717.8	22,445.2
28	Yukon	18.4	22.0	22.2	22.2	163.9
29	Northwest Territories	44.0	43.3	44.3	45.8	368.4

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.9	2.7	-4.0	1.7	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
10.8	7.3	2.3	13.2	16.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-2.2	-2.8	-4.2	-2.0	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
1.7	-2.2	3.3	11.8	2.1	Magasins de chaussures 4
-1.6	-1.1	-2.0	-1.5	-5.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
0.5	4.8	2.5	15.5	6.8	Magasins de vêtements pour dames 6
4.5	4.8	5.9	10.7	12.3	Autres magasins de vêtements 7
-3.0	1.9	-1.7	-0.9	2.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-4.0	-7.5	-5.7	-0.7	-1.0	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.0	13.1	6.9	5.5	6.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.7	4.3	1.9	4.0	2.3	Stations-service 11
-3.5	-2.0	-4.8	-1.8	-2.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
7.4	4.4	4.9	7.4	5.2	Magasins de marchandises diverses 13
4.5	1.7	-0.4	0.6	1.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
-2.7	-1.1	-0.1	-1.8	0.9	Autres magasins de produits durables 15
6.4	10.7	2.6	8.9	7.8	Autres magasins de vente au détail 16
2.5	5.0	0.9	3.8	3.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
1.7	5.0	1.5	4.1	2.8	Terre-Neuve 18
8.9	12.2	5.5	10.8	5.6	Île-du-Prince-Édouard 19
-3.4	0.2	-3.2	2.0	-0.6	Nouvelle-Écosse 20
9.8	9.3	3.6	4.7	2.6	Nouveau-Brunswick 21
0.9	0.9	-3.4	-3.0	-1.3	Québec 22
2.9	7.2	2.1	5.7	5.2	Ontario 23
7.7	9.2	6.7	8.9	6.0	Manitoba 24
6.5	9.0	6.0	7.8	5.1	Saskatchewan 25
2.8	3.8	-0.9	3.5	1.2	Alberta 26
2.0	5.5	3.9	9.1	7.2	Colombie-Britannique 27
3.9	7.9	5.4	8.5	4.2	Yukon 28
16.2	10.7	6.8	7.3	8.9	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	12,773.7	12,713.5	11,717.6	12,778.9	12,759.4
2	All other food stores	1,086.0	1,120.5	918.1	1,036.8	1,018.2
3	Drugs and patent medicine stores	2,880.3	2,891.7	2,814.9	3,252.5	2,971.0
4	Shoe stores	458.3	473.3	318.5	545.1	454.7
5	Men's clothing stores	351.8	401.0	295.9	598.0	357.5
6	Women's clothing stores	1,033.3	1,086.6	769.0	1,329.7	1,007.8
7	Other clothing stores	1,306.5	1,204.8	954.5	1,653.2	1,244.4
8	Household furniture and appliance stores	2,171.8	2,031.6	1,915.8	2,722.7	2,192.6
9	Household furnishings stores	575.5	567.6	474.2	654.0	610.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	12,775.8	14,457.5	10,822.3	11,195.3	11,833.4
11	Gasoline service stations	3,937.8	3,693.8	3,236.3	3,576.0	3,824.3
12	Automotive parts, accessories and services	2,888.5	3,054.3	2,474.3	3,259.5	2,991.1
13	General merchandise stores	5,382.2	5,354.8	4,183.1	7,344.0	5,098.2
14	Other semi-durable goods stores	1,870.0	1,866.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7
15	Other durable goods stores	1,385.7	1,350.2	1,092.4	1,820.3	1,403.1
16	Other retail stores	3,021.6	2,833.6	2,169.6	3,206.9	2,838.7
17	Total, all stores	53,898.7	55,101.2	45,469.4	57,167.5	52,439.8
	Newfoundland					
1	Supermarkets and grocery stores	297.4	288.1	252.8	269.9	289.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.8	69.1	66.2	75.8	64.9
4	Shoe stores	5.7	5.4	3.3	7.3	5.7
5	Men's clothing stores	3.0	3.7	2.5	7.7	3.5
6	Women's clothing stores	12.1	12.0	8.2	21.2	13.4
7	Other clothing stores	11.4	9.1	7.2	17.3	9.9
8	Household furniture and appliance stores	24.6	20.9	17.3	37.7	24.3
9	Household furnishings stores	3.4	3.7	2.9	5.0	4.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	165.9	191.0	119.2	119.4	158.3
11	Gasoline service stations	97.3	87.2	76.9	85.8	79.5
12	Automotive parts, accessories and services	41.8	42.8	34.0	44.7	42.4
13	General merchandise stores	107.2	100.8	73.2	167.4	114.0
14	Other semi-durable goods stores	29.9	30.9	20.0	39.7	31.8
15	Other durable goods stores	8.9	8.8	7.2	19.4	11.8
16	Other retail stores	20.0	18.5	15.7	32.1	22.1
17	Total, all stores	904.4	901.2	714.3	956.9	880.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Canada	
0.1	0.9	0.8	3.6	4.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
6.7	22.1	22.5	18.7	16.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-3.1	-2.1	-1.6	-0.5	1.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.8	3.7	1.6	8.9	10.3	Magasins de chaussures	4
-1.6	-6.5	-6.8	-8.6	-5.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.5	9.7	8.8	11.7	4.1	Magasins de vêtements pour dames	6
5.0	13.5	22.3	18.2	12.5	Autres magasins de vêtements	7
-1.0	0.6	10.3	8.0	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-5.8	0.8	3.3	1.4	3.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
8.0	3.1	7.8	13.3	10.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.0	4.5	-1.0	0.3	-0.2	Stations-service	11
-3.4	-3.9	1.6	9.0	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.6	6.3	3.3	5.7	4.3	Magasins de marchandises diverses	13
1.9	1.4	0.9	7.8	10.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.2	-0.1	5.1	6.3	8.9	Autres magasins de produits durables	15
6.4	9.4	7.6	11.7	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
2.8	2.9	4.0	7.1	6.1	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
2.8	6.8	5.2	-1.8	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.8	5.4	3.8	5.4	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.7	2.9	-10.2	1.1	3.6	Magasins de chaussures	4
-11.8	-5.4	3.9	-4.7	-2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.7	-3.1	0.1	4.2	-2.1	Magasins de vêtements pour dames	6
15.2	12.7	14.3	-44.3	-47.0	Autres magasins de vêtements	7
1.0	0.1	2.3	9.7	-0.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-14.6	4.6	8.8	-3.1	2.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4.8	-0.9	-5.2	5.7	5.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
22.4	21.2	14.6	9.5	-10.9	Stations-service	11
-1.4	-7.0	2.2	-9.2	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-5.9	-2.9	-11.8	6.7	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
-6.1	5.9	9.4	26.1	12.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-25.0	-25.4	-27.6	3.3	4.7	Autres magasins de produits durables	15
-9.5	-3.1	-8.4	0.4	-2.1	Autres magasins de vente au détail	16
2.7	3.7	1.7	2.1	2.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventas				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	63.5	58.0	50.9	55.2	56.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	17.1	16.2	15.7	16.9	16.7
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.4	3.5	2.1	5.6	6.8
8	Household furniture and appliance stores	5.7	5.5	5.0	7.6	6.7
9	Household furnishings stores	1.4	1.3	1.1	1.9	2.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	48.6	54.9	34.4	40.9	40.7
11	Gasoline service stations	37.4	26.4	21.1	23.1	28.6
12	Automotive parts, accessories and services	11.4	13.2	9.9	14.3	13.8
13	General merchandise stores	23.3	22.2	15.1	32.0	24.0
14	Other semi-durable goods stores	13.7	10.8	7.0	11.1	11.5
15	Other durable goods stores	3.3	2.8	1.9	4.0	2.9
16	Other retail stores	13.7	11.0	8.5	12.5	15.3
17	Total, all stores	255.9	234.2	177.8	235.0	235.1
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	461.6	454.3	419.5	458.5	473.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.6	118.7	112.7	127.6	111.8
4	Shoe stores	10.5	10.2	6.2	11.2	9.5
5	Men's clothing stores	6.7	7.0	5.7	12.9	6.3
6	Women's clothing stores	24.3	24.5	18.5	39.6	27.7
7	Other clothing stores	31.3	25.0	20.9	44.9	28.2
8	Household furniture and appliance stores	36.9	35.8	32.7	53.0	41.7
9	Household furnishings stores	14.8	10.9	9.6	16.8	14.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	320.4	418.2	298.7	298.7	336.2
11	Gasoline service stations	123.8	123.0	102.5	124.4	140.1
12	Automotive parts, accessories and services	74.9	78.0	60.0	85.3	76.2
13	General merchandise stores	174.3	167.0	125.1	266.3	171.3
14	Other semi-durable goods stores	54.0	50.2	37.9	70.2	52.4
15	Other durable goods stores	30.6	27.9	20.0	40.8	26.2
16	Other retail stores	108.5	97.1	71.8	109.0	105.7
17	Total, all stores	1,611.4	1,676.5	1,363.4	1,785.9	1,646.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Île-du-Prince-Édouard	
12.0	14.5	9.3	7.3	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	0.9	1.9	-4.9	-0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-6.6	-4.0	-7.5	7.2	30.2	Autres magasins de vêtements	7
-14.2	-9.9	-1.7	-5.9	7.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-43.4	-42.1	-38.0	-20.9	16.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.4	3.5	-0.1	13.9	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
30.8	11.8	-5.4	-7.6	-10.4	Stations-service	11
-17.4	-7.7	-4.5	0.4	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.7	2.6	-8.1	-1.4	6.5	Magasins de marchandises diverses	13
19.4	22.5	18.4	6.2	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
12.9	14.5	-6.4	-6.7	-10.5	Autres magasins de produits durables	15
-10.2	-2.3	-1.4	1.7	7.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.8	5.8	0.9	2.5	-0.4	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
-2.5	3.5	8.5	5.1	3.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.7	9.7	1.0	0.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
11.5	14.7	-7.4	-0.3	7.6	Magasins de chaussures	4
5.1	1.0	6.4	-14.8	-9.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-12.3	-7.0	-3.0	-1.7	-0.4	Magasins de vêtements pour dames	6
11.0	13.2	17.2	26.7	21.4	Autres magasins de vêtements	7
-11.4	-6.5	-10.9	-	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.4	-16.9	7.1	31.6	21.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.7	0.7	-4.6	7.4	-1.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-11.6	-11.8	-27.2	-28.5	-22.5	Stations-service	11
-1.7	-9.8	3.3	3.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.7	3.0	-1.7	1.0	-0.3	Magasins de marchandises diverses	13
3.0	4.4	1.6	9.9	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.4	16.0	5.0	0.7	-0.2	Autres magasins de produits durables	15
2.6	3.6	-3.8	0.9	-0.4	Autres magasins de vente au détail	16
-2.1	1.4	-1.1	1.5	-0.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Quarter 3 1994
No.		Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4	Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	328.8	316.6	282.4	308.0	319.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	109.5	107.0	101.6	113.6	96.5
4	Shoe stores	9.6	9.5	5.8	10.8	8.3
5	Men's clothing stores	5.2	6.5	4.8	12.5	7.3
6	Women's clothing stores	22.6	23.1	15.7	32.7	23.1
7	Other clothing stores	22.8	15.9	11.9	26.0	18.7
8	Household furniture and appliance stores	40.4	33.6	31.5	51.7	37.2
9	Household furnishings stores	12.7	11.5	8.8	13.2	11.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	311.4	342.3	223.5	232.3	241.9
11	Gasoline service stations	105.5	96.2	94.4	116.1	123.4
12	Automotive parts, accessories and services	80.2	84.7	65.1	90.6	84.3
13	General merchandise stores	138.8	129.8	97.6	203.8	138.7
14	Other semi-durable goods stores	37.3	37.3	23.6	40.9	30.6
15	Other durable goods stores	22.4	20.1	15.1	33.5	22.3
16	Other retail stores	66.4	58.9	44.0	68.0	64.1
17	Total, all stores	1,327.5	1,305.5	1,031.5	1,361.0	1,235.1
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,400.2	3,397.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	639.4	660.2	663.8	741.8	733.3
4	Shoe stores	152.9	160.5	95.3	186.5	150.7
5	Men's clothing stores	83.2	104.3	66.7	144.8	94.6
6	Women's clothing stores	304.1	315.4	211.0	336.1	281.2
7	Other clothing stores	369.8	370.8	264.4	428.2	339.9
8	Household furniture and appliance stores	616.0	603.0	460.3	627.9	561.8
9	Household furnishings stores	147.0	158.9	106.2	145.8	142.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,770.3	3,228.7	2,258.9	2,331.2	2,783.6
11	Gasoline service stations	801.3	753.3	668.4	735.7	755.1
12	Automotive parts, accessories and services	764.1	815.0	608.3	827.2	731.5
13	General merchandise stores	1,123.4	1,145.0	860.8	1,456.9	1,092.1
14	Other semi-durable goods stores	458.7	471.1	329.5	489.9	465.5
15	Other durable goods stores	295.0	295.0	219.7	352.5	273.5
16	Other retail stores	426.9	465.0	352.5	543.0	429.9
17	Total, all stores	12,697.9	13,290.5	10,641.6	13,251.7	12,768.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
2.9	1.0	-9.1	-13.9	-12.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.4	13.5	15.2	24.5	21.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
16.8	18.2	12.1	17.3	19.9	Magasins de chaussures	4
-29.1	-22.0	-12.3	-19.7	-4.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-2.0	6.2	3.2	0.2	0.6	Magasins de vêtements pour dames	6
21.9	2.7	-7.0	-6.1	-9.3	Autres magasins de vêtements	7
8.7	-1.4	2.5	7.8	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
13.6	10.4	15.5	18.9	13.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
28.8	5.7	-7.9	-5.8	-16.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-14.4	-12.0	-1.5	8.0	-	Stations-service	11
-4.8	3.2	14.8	18.5	20.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
0.1	-7.2	-8.5	3.9	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
22.0	20.7	19.6	2.1	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.7	0.8	7.2	20.7	30.2	Autres magasins de produits durables	15
3.7	9.4	4.2	2.5	-7.0	Autres magasins de vente au détail	16
7.5	2.3	-2.7	-0.2	-4.7	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.5	-5.9	-4.1	2.4	5.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-12.8	-11.4	-4.4	-7.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.4	2.7	-0.7	6.4	8.1	Magasins de chaussures	4
-12.0	-10.1	-9.9	-1.9	2.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
8.2	12.3	7.2	15.0	10.0	Magasins de vêtements pour dames	6
8.8	16.3	19.1	17.7	6.8	Autres magasins de vêtements	7
9.6	14.6	22.7	8.0	-1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.0	14.6	18.1	4.0	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-0.5	-10.6	-4.8	2.1	1.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.1	6.6	-5.8	2.1	4.1	Stations-service	11
4.5	-	4.5	6.5	5.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.9	4.0	1.1	7.0	9.7	Magasins de marchandises diverses	13
-1.5	0.9	12.8	16.9	14.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.9	7.4	6.4	17.6	11.3	Autres magasins de produits durables	15
-0.7	2.2	7.0	11.0	6.9	Autres magasins de vente au détail	16
-0.6	-2.7	-0.4	4.9	4.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	3,999.5	4,031.3	3,804.6	4,043.4	3,972.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,114.6	1,129.6	1,077.1	1,247.3	1,130.4
4	Shoe stores	155.3	162.7	118.8	196.6	164.0
5	Men's clothing stores	138.4	162.4	122.7	242.9	141.9
6	Women's clothing stores	369.4	406.3	289.2	519.7	375.7
7	Other clothing stores	467.6	426.3	357.7	624.5	462.6
8	Household furniture and appliance stores	724.9	689.9	724.5	1,015.2	815.2
9	Household furnishings stores	212.4	211.3	183.2	264.5	246.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,035.3	5,629.0	4,381.5	4,684.8	4,503.9
11	Gasoline service stations	1,465.9	1,381.2	1,213.1	1,303.0	1,356.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,057.8	1,163.4	980.0	1,265.1	1,142.8
13	General merchandise stores	1,963.3	1,963.9	1,550.1	2,796.5	1,833.2
14	Other semi-durable goods stores	698.4	674.6	478.2	835.8	648.1
15	Other durable goods stores	511.3	513.6	433.0	730.9	541.3
16	Other retail stores	1,440.1	1,304.0	969.2	1,421.7	1,302.9
17	Total, all stores	19,837.4	20,360.3	17,071.4	21,601.2	19,066.4
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	499.1	492.1	435.6	480.0	478.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	75.0	71.8	65.4	72.9	63.6
4	Shoe stores	12.5	13.0	8.2	13.8	9.8
5	Men's clothing stores	9.2	11.1	8.3	17.5	10.0
6	Women's clothing stores	26.1	28.6	20.8	37.7	29.4
7	Other clothing stores	41.1	37.0	29.5	55.5	38.8
8	Household furniture and appliance stores	64.1	57.5	53.3	82.6	58.6
9	Household furnishings stores	14.6	14.1	12.1	14.7	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	409.1	465.8	333.8	352.7	342.0
11	Gasoline service stations	177.4	176.0	151.9	164.3	170.3
12	Automotive parts, accessories and services	90.6	91.1	65.5	86.7	85.5
13	General merchandise stores	228.9	231.6	188.1	322.8	224.1
14	Other semi-durable goods stores	49.8	47.9	37.3	61.8	45.8
15	Other durable goods stores	54.3	56.9	42.3	71.4	50.3
16	Other retail stores	85.4	80.5	63.5	96.1	76.9
17	Total, all stores	1,856.9	1,900.1	1,536.8	1,955.5	1,721.4

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
0.7	1.4	3.4	4.6	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.4	1.3	0.4	2.2	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.3	-5.5	-1.9	4.4	7.6	Magasins de chaussures	4
-2.5	-8.8	-7.5	-12.3	-8.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.7	6.9	11.2	11.5	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
1.1	12.7	32.3	21.1	16.2	Autres magasins de vêtements	7
-11.1	-4.9	9.9	4.4	1.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-13.8	-4.4	-0.6	8.2	13.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
11.8	5.8	13.1	16.4	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
8.1	5.9	-0.4	-0.8	-2.7	Stations-service	11
-7.4	-4.4	1.5	11.0	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
7.1	8.8	6.8	7.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
7.8	4.0	-0.4	2.6	9.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.5	-2.7	9.9	7.1	7.5	Autres magasins de produits durables	15
10.5	14.3	10.7	13.6	11.3	Autres magasins de vente au détail	16
4.0	4.6	7.3	8.6	6.4	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
4.3	3.6	-5.3	0.5	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
17.8	12.7	5.9	2.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
26.6	24.5	2.1	11.1	-1.1	Magasins de chaussures	4
-8.2	-12.7	-13.5	-18.8	-16.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-11.3	-10.6	-9.9	-8.5	-9.6	Magasins de vêtements pour dames	6
5.9	7.1	9.7	13.8	14.0	Autres magasins de vêtements	7
9.3	3.2	6.3	6.8	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
11.0	6.2	22.0	0.3	2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.6	15.4	7.5	9.7	3.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.1	19.8	11.0	11.4	13.9	Stations-service	11
5.9	-4.4	-9.0	-8.9	-5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.2	3.8	0.8	6.8	3.8	Magasins de marchandises diverses	13
8.8	-7.1	2.6	5.2	-1.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.0	22.0	26.5	26.3	12.9	Autres magasins de produits durables	15
11.0	10.2	0.7	8.1	8.5	Autres magasins de vente au détail	16
7.9	7.9	1.7	5.1	2.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	425.9	409.2	355.3	373.7	388.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	85.0	86.6	84.3	108.3	105.2
4	Shoe stores	10.4	12.0	7.4	12.1	9.7
5	Men's clothing stores	6.9	8.3	6.3	14.3	8.2
6	Women's clothing stores	22.6	24.5	17.5	30.3	23.2
7	Other clothing stores	35.0	33.7	24.1	46.1	31.1
8	Household furniture and appliance stores	51.7	47.9	48.9	66.8	48.7
9	Household furnishings stores	15.9	15.7	14.4	20.1	16.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	389.1	407.8	315.4	371.5	327.6
11	Gasoline service stations	156.4	139.5	121.7	132.8	146.5
12	Automotive parts, accessories and services	116.6	128.2	92.1	131.5	126.9
13	General merchandise stores	198.0	202.0	159.3	258.1	181.9
14	Other semi-durable goods stores	54.1	45.9	34.9	60.1	45.9
15	Other durable goods stores	38.3	36.8	27.3	48.7	38.4
16	Other retail stores	72.0	65.7	51.5	77.3	69.2
17	Total, all stores	1,689.9	1,674.6	1,370.1	1,763.4	1,576.9
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,397.7	1,400.5	1,258.2	1,378.9	1,369.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	263.4	252.8	252.9	302.0	262.0
4	Shoe stores	42.3	42.4	29.4	44.9	39.3
5	Men's clothing stores	41.9	39.0	30.7	55.9	31.1
6	Women's clothing stores	97.3	103.0	77.6	137.9	96.3
7	Other clothing stores	154.7	129.6	102.2	185.7	140.4
8	Household furniture and appliance stores	251.5	226.2	234.0	330.0	254.6
9	Household furnishings stores	60.4	52.4	47.0	60.9	59.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,388.2	1,592.2	1,104.2	1,108.0	1,224.2
11	Gasoline service stations	374.7	364.4	325.8	387.7	448.9
12	Automotive parts, accessories and services	307.3	315.9	273.8	392.8	365.9
13	General merchandise stores	558.3	553.7	445.5	758.1	527.4
14	Other semi-durable goods stores	173.4	192.7	125.1	220.3	197.1
15	Other durable goods stores	167.6	146.3	119.8	209.8	174.3
16	Other retail stores	308.7	299.4	233.7	357.5	295.6
17	Total, all stores	5,623.3	5,745.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
9.6	6.6	2.7	1.4	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-19.2	-21.1	-20.8	4.5	17.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
7.7	25.3	8.7	27.0	16.3	Magasins de chaussures	4
-16.6	-24.6	-27.4	-10.4	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-2.4	2.5	-0.6	3.2	0.9	Magasins de vêtements pour dames	6
12.6	26.8	12.8	23.8	12.4	Autres magasins de vêtements	7
6.2	7.1	19.9	21.3	24.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-0.6	3.7	10.3	19.3	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.8	12.4	10.1	21.7	12.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.7	6.0	7.8	7.1	9.6	Stations-service	11
-8.2	-2.7	1.5	41.0	34.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.8	10.2	7.5	5.4	3.7	Magasins de marchandises diverses	13
17.9	-12.9	-9.7	-4.2	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-0.1	-10.5	-7.9	-14.2	-8.1	Autres magasins de produits durables	15
4.2	2.8	7.0	-7.6	4.5	Autres magasins de vente au détail	16
7.2	4.5	3.5	9.0	9.1	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
2.1	3.8	-1.2	1.6	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.6	-5.1	-9.1	-8.7	-6.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
7.6	30.1	23.5	35.4	26.5	Magasins de chaussures	4
34.5	-3.6	-18.7	-24.7	-29.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
1.0	15.3	12.3	18.9	-10.4	Magasins de vêtements pour dames	6
10.2	11.9	15.8	20.0	16.7	Autres magasins de vêtements	7
-1.2	-10.4	1.8	2.7	-4.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.7	-5.7	-10.6	-11.1	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.4	5.4	3.7	10.6	22.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-16.5	-9.6	-3.2	1.4	4.5	Stations-service	11
-16.0	-16.8	-2.8	18.0	14.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.9	7.0	3.9	2.7	-0.2	Magasins de marchandises diverses	13
-12.0	-3.1	-18.5	-4.1	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-3.8	-2.6	5.9	6.9	9.8	Autres magasins de produits durables	15
4.4	9.1	6.5	24.1	9.1	Autres magasins de vente au détail	16
1.9	1.3	0.2	5.4	6.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventures				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	British Columbia					
1	Supermarkets and grocery stores	1,850.7	1,817.5	1,652.5	1,815.6	1,768.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	390.9	373.4	369.4	439.4	379.4
4	Shoe stores	56.6	55.5	42.9	59.5	56.1
5	Men's clothing stores	55.0	56.8	46.9	86.4	52.5
6	Women's clothing stores	150.2	144.7	107.5	169.0	133.0
7	Other clothing stores	162.9	150.5	132.0	214.9	163.7
8	Household furniture and appliance stores	350.9	306.7	304.4	444.9	339.9
9	Household furnishings stores	91.5	86.6	87.8	109.7	99.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,915.1	2,103.7	1,735.5	1,638.9	1,856.9
11	Gasoline service stations	583.4	533.9	450.3	492.5	561.4
12	Automotive parts, accessories and services	336.2	313.8	280.1	315.8	315.9
13	General merchandise stores	810.9	785.2	624.3	1,024.5	743.2
14	Other semi-durable goods stores	293.0	298.4	214.8	356.5	298.6
15	Other durable goods stores	248.7	237.0	202.7	303.4	255.6
16	Other retail stores	468.9	423.3	351.8	479.0	446.5
17	Total, all stores	7,899.9	7,824.4	6,721.0	8,095.9	7,611.3
	Yukon and Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	49.3	47.9	40.5	45.0	44.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.0	1.3	0.9	1.4	1.1
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	5.1	4.6	4.0	5.1	4.0
9	Household furnishings stores	1.4	1.2	1.1	1.5	1.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	22.1	23.9	17.2	16.8	18.0
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	55.7	53.6	44.0	57.6	48.4
14	Other semi-durable goods stores	7.7	6.8	4.5	8.1	7.4
15	Other durable goods stores	5.3	5.2	3.3	5.7	6.6
16	Other retail stores	11.0	10.1	7.6	10.7	10.6
17	Total, all stores	194.2	188.8	149.3	183.3	177.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
4.7	7.4	6.9	10.9	8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.0	3.5	2.2	2.5	5.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.9	8.3	3.9	14.1	16.6	Magasins de chaussures	4
4.7	13.9	15.7	12.5	16.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
12.9	21.5	13.9	15.5	12.9	Magasins de vêtements pour dames	6
-0.5	11.6	19.8	22.4	19.3	Autres magasins de vêtements	7
3.2	-1.7	5.3	21.3	13.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-8.0	-2.8	0.7	-13.8	-13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.1	16.5	24.1	30.3	28.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.9	10.2	7.5	1.5	-0.2	Stations-service	11
6.4	2.2	0.3	-3.1	-4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
9.1	7.4	3.1	2.3	6.2	Magasins de marchandises diverses	13
-1.9	-0.2	-0.3	19.5	18.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.7	-3.8	-5.6	-6.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
5.0	7.1	6.4	8.6	6.7	Autres magasins de vente au détail	16
3.8	8.8	9.6	11.4	11.8	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
9.6	7.8	6.7	6.9	5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-7.1	8.6	12.1	12.0	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
28.2	21.6	10.8	21.7	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
2.8	-4.4	-4.3	-4.9	0.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
22.7	16.3	10.1	4.9	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
15.2	3.8	0.5	6.7	6.4	Magasins de marchandises diverses	13
4.5	11.4	7.1	32.3	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-20.3	-16.2	-1.8	22.7	45.7	Autres magasins de produits durables	15
4.0	12.2	0.8	-4.6	-1.3	Autres magasins de vente au détail	16
9.3	8.0	4.2	8.6	8.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	14.7	14.1	11.9	13.1	14.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.5	10.3	6.3	6.5	6.4
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.1	3.0	1.6	3.5	4.2
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	62.6	58.4	42.9	54.3	59.2
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	34.6	33.8	28.6	32.0	30.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.7	1.8	1.4	1.7	1.9
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.6	13.6	10.8	10.2	11.6
11	Gasoline service stations	4.1	3.9	4.0	4.1	4.9
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.6	3.8	2.8	4.7	3.1
15	Other durable goods stores	2.1	2.6	1.8	2.7	2.6
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	131.6	130.4	106.4	129.0	118.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.2	1.0	-3.9	-4.9	-8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	121.8	77.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
17.8	18.2	19.8	-5.1	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-3.4	-1.6	-13.9	44.4	23.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
5.8	5.2	0.6	4.8	2.3	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
13.7	10.9	11.8	12.6	13.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-12.2	-11.5	-24.1	-34.5	-25.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
25.5	14.9	5.1	12.4	1.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-16.3	-8.6	-7.8	36.4	92.8	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
15.2	24.3	24.8	24.6	5.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-19.6	7.7	1.2	-2.6	11.4	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
11.1	9.3	5.7	10.3	11.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada				
1 Supermarkets and grocery stores	92.6	95.0	94.8	96.1
2 All other food stores	86.7	87.1	90.8	90.5
3 Drugs and patent medicine stores	87.6	88.7	90.0	90.6
4 Shoe stores	83.7	82.2	92.3	85.3
5 Men's clothing stores	91.1	91.3	92.7	93.3
6 Women's clothing stores	84.9	87.6	88.0	88.2
7 Other clothing stores	87.5	93.7	94.0	94.4
8 Household furniture and appliance stores	91.5	92.3	93.4	93.2
9 Household furnishings stores	87.8	92.6	89.0	92.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.1	97.1	97.3	97.5
11 Gasoline service stations	94.2	94.1	96.0	95.5
12 Automotive parts, accessories and services	90.3	91.7	91.8	91.1
13 General merchandise stores	98.6	89.0	98.8	98.9
14 Other semi-durable goods stores	86.1	91.7	93.7	93.5
15 Other durable goods stores	86.9	88.2	90.8	91.7
16 Other retail stores	94.5	97.0	97.7	97.4
17 Total, all stores	92.4	93.5	95.1	95.5
Regions				
18 Newfoundland	95.3	96.4	96.8	95.8
19 Prince Edward Island	90.3	96.7	96.4	96.4
20 Nova Scotia	90.7	95.0	96.0	95.9
21 New Brunswick	91.8	95.6	96.8	96.3
22 Quebec	92.8	92.1	95.0	95.9
23 Ontario	90.6	91.8	93.6	94.0
24 Manitoba	94.1	96.0	95.7	96.1
25 Saskatchewan	95.0	95.2	95.4	96.8
26 Alberta	91.7	95.0	95.6	95.3
27 British Columbia	96.3	97.1	97.9	97.9
28 Yukon	92.9	93.3	93.4	96.7
29 Northwest Territories	90.7	92.1	88.4	91.3

TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	
Per cent - pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
2.1	2.1	2.1	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
10.9	8.8	9.6	9.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.2	2.5	2.0	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.4	3.2	2.8	3.0	Magasins de chaussures 4
4.2	3.9	4.3	3.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.6	4.4	4.8	4.6	Magasins de vêtements pour dames 6
5.1	5.3	6.3	6.3	Autres magasins de vêtements 7
3.3	3.3	3.5	3.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.5	5.3	4.6	6.0	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.1	5.3	5.5	5.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.7	3.8	3.8	4.0	Stations-service 11
3.0	3.2	2.8	2.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.6	0.6	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
7.3	4.6	4.3	3.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
2.9	2.7	3.8	3.7	Autres magasins de produits durables 15
3.6	2.1	2.1	2.6	Autres magasins de vente au détail 16
1.2	1.5	1.5	1.5	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.4	2.5	2.6	2.5	Terre-Neuve 18
2.3	2.7	2.1	2.0	Île-du-Prince-Édouard 19
2.9	3.1	3.1	3.9	Nouvelle-Écosse 20
2.6	2.6	3.1	2.9	Nouveau-Brunswick 21
2.5	2.4	2.3	2.2	Québec 22
2.7	3.1	3.2	3.4	Ontario 23
2.8	2.5	3.9	3.6	Manitoba 24
2.9	2.7	2.6	2.5	Saskatchewan 25
2.1	6.2	6.4	5.3	Alberta 26
2.2	2.3	2.0	2.1	Colombie-Britannique 27
1.9	1.8	1.8	0.9	Yukon 28
2.1	2.1	1.8	1.7	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,170.4	4,142.2	4,163.8	4,138.4	4,181.6	4,202.8	4,137.2
2 All other food stores	360.8	349.2	345.5	352.0	357.8	359.1	354.7
3 Drugs and patent medicine stores	994.1	974.1	975.1	976.6	979.8	985.2	974.9
4 Shoe stores	146.8	152.5	153.3	158.1	153.7	139.7	153.8
5 Men's clothing stores	131.6	135.3	135.7	137.4	134.6	132.1	135.1
6 Women's clothing stores	344.9	351.0	356.0	381.3	362.7	339.6	353.1
7 Other clothing stores	436.7	435.8	437.3	436.2	438.3	442.0	440.2
8 Household furniture and appliance stores	721.3	728.6	717.6	714.6	720.2	747.0	747.7
9 Household furnishings stores	185.5	183.2	184.3	186.4	187.9	193.5	193.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,270.7	4,271.2	4,132.8	4,154.1	4,032.3	3,997.5	4,021.8
11 Gasoline service stations	1,226.4	1,229.8	1,220.0	1,222.5	1,254.4	1,210.1	1,190.7
12 Automotive parts, accessories and service	956.6	968.5	953.8	963.4	948.2	925.0	967.1
13 General merchandise stores	1,893.7	1,900.5	1,896.3	1,909.2	1,881.3	1,849.2	1,852.8
14 Other semi-durable goods stores	621.2	615.6	610.1	604.0	602.4	596.3	594.2
15 Other durable goods stores	461.5	465.5	471.6	464.6	467.1	477.6	478.7
16 Other retail stores	961.2	960.2	959.4	941.8	952.4	947.0	896.2
17 Total, all stores	17,883.2	17,863.3	17,712.6	17,740.5	17,654.5	17,543.7	17,491.1
Regions							
18 Newfoundland	291.9	292.1	294.8	290.3	292.3	298.3	287.1
19 Prince Edward Island	78.7	78.2	76.0	77.1	76.2	73.1	73.5
20 Nova Scotia	525.0	531.9	528.8	529.6	538.2	546.2	526.2
21 New Brunswick	430.9	428.9	428.5	424.3	418.6	415.3	408.0
22 Quebec	4,223.7	4,164.3	4,140.0	4,078.5	4,090.0	4,124.3	4,112.1
23 Ontario	6,672.6	6,684.4	6,586.3	6,637.0	6,604.8	6,455.8	6,558.7
24 Manitoba	623.7	615.8	625.1	619.2	617.7	604.8	598.1
25 Saskatchewan	561.1	560.8	559.9	552.2	543.6	538.0	513.5
26 Alberta	1,844.8	1,864.4	1,844.3	1,861.2	1,864.9	1,826.1	1,804.8
27 British Columbia	2,568.0	2,580.6	2,568.7	2,610.0	2,548.0	2,601.7	2,550.0
28 Yukon	18.3	19.0	18.4	18.7	18.3	18.1	17.9
29 Northwest Territories	44.6	42.8	41.9	42.3	42.0	42.1	41.2

TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,190.8	4,165.8	4,216.1	4,171.3	4,141.7	4,116.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
350.2	355.1	339.7	321.4	335.4	327.8	Tous les autres magasins d'alimentation	2
985.2	995.5	993.3	994.3	1,004.8	1,010.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
147.9	143.1	149.0	150.7	145.1	143.2	Magasins de chaussures	4
146.2	140.0	136.7	132.9	134.0	134.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
352.8	356.8	359.3	350.3	349.9	342.2	Magasins de vêtements pour dames	6
447.9	438.7	433.5	428.6	407.5	416.9	Autres magasins de vêtements	7
763.8	770.8	782.4	745.0	753.2	727.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
193.2	193.6	191.5	194.6	192.9	193.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,050.1	4,111.0	4,138.8	4,068.5	4,102.0	4,037.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,186.4	1,137.0	1,184.2	1,185.9	1,171.6	1,181.3	Stations-service	11
978.0	1,010.0	1,017.9	1,016.1	995.3	978.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,857.5	1,854.4	1,836.6	1,806.2	1,814.3	1,760.0	Magasins de marchandises diverses	13
589.2	596.5	598.1	609.8	611.5	601.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
474.4	489.4	468.4	479.2	465.5	456.6	Autres magasins de produits durables	15
932.9	955.8	919.8	921.3	919.6	907.1	Autres magasins de vente au détail	16
17,646.5	17,713.3	17,765.2	17,576.2	17,544.5	17,334.3	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
288.0	285.4	286.1	284.0	287.1	285.7	Terre-Neuve	18
74.4	73.3	73.0	72.4	74.6	71.9	Île-du-Prince-Édouard	19
540.7	543.2	545.1	542.6	541.6	535.2	Nouvelle-Écosse	20
411.1	408.8	419.9	410.9	409.6	394.4	Nouveau-Brunswick	21
4,136.2	4,230.9	4,261.8	4,234.6	4,173.8	4,175.2	Québec	22
6,640.5	6,639.6	6,609.3	6,550.9	6,517.0	6,420.4	Ontario	23
595.5	586.2	595.2	583.8	590.9	574.1	Manitoba	24
532.6	532.0	532.3	531.9	547.1	530.3	Saskatchewan	25
1,821.8	1,814.1	1,853.7	1,816.3	1,836.9	1,781.4	Alberta	26
2,547.2	2,541.6	2,530.2	2,491.5	2,508.4	2,509.1	Colombie-Britannique	27
17.8	17.5	18.2	17.5	17.5	17.5	Yukon	28
40.7	40.6	40.4	39.9	39.9	39.2	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,277.6	4,222.8	4,273.4	4,357.3	4,233.9	4,122.3	4,144.2
2 All other food stores	361.3	358.4	366.3	382.2	369.5	368.8	335.3
3 Drugs and patent medicine stores	986.3	971.4	922.6	979.6	974.6	937.4	976.9
4 Shoe stores	162.5	156.4	139.4	165.6	165.1	142.7	123.3
5 Men's clothing stores	124.6	111.4	115.8	146.7	131.7	122.5	103.5
6 Women's clothing stores	364.6	338.0	330.6	393.2	370.7	322.7	295.8
7 Other clothing stores	473.6	454.6	378.2	417.9	394.6	392.2	368.6
8 Household furniture and appliance stores	741.0	732.9	697.9	702.4	654.5	674.7	685.2
9 Household furnishings stores	192.5	193.3	189.7	199.7	192.9	175.0	177.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,149.2	4,410.4	4,216.2	5,111.0	5,067.5	4,279.0	4,358.2
11 Gasoline service stations	1,243.4	1,357.5	1,336.9	1,303.5	1,280.5	1,109.7	1,141.0
12 Automotive parts, accessories and service	928.3	981.5	978.7	1,084.0	1,068.1	902.2	893.0
13 General merchandise stores	1,827.8	1,855.6	1,698.8	1,853.2	1,815.6	1,686.0	1,593.9
14 Other semi-durable goods stores	620.5	641.2	608.3	645.9	682.8	537.8	471.5
15 Other durable goods stores	440.8	476.2	468.6	471.2	454.8	424.2	386.1
16 Other retail stores	970.6	1,016.4	1,034.5	1,017.0	955.2	861.4	782.2
17 Total, all stores	17,864.6	18,278.1	17,756.0	19,230.5	18,812.0	17,058.7	16,836.7
Regions							
18 Newfoundland	292.3	308.9	303.1	313.8	303.0	284.4	271.7
19 Prince Edward Island	80.4	89.2	86.3	87.4	79.5	67.3	64.3
20 Nova Scotia	524.2	547.7	539.5	586.6	564.8	525.1	504.5
21 New Brunswick	435.5	450.1	441.9	465.6	443.0	396.8	383.5
22 Quebec	4,235.7	4,297.0	4,165.1	4,508.3	4,581.7	4,200.5	4,014.7
23 Ontario	6,644.0	6,709.8	6,483.6	7,212.3	6,982.2	6,165.8	6,249.0
24 Manitoba	613.5	626.5	616.9	666.3	643.8	590.0	571.2
25 Saskatchewan	554.7	573.5	561.7	592.1	565.0	517.5	493.7
26 Alberta	1,833.0	1,932.0	1,858.3	2,012.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7
27 British Columbia	2,588.9	2,678.0	2,633.0	2,717.8	2,634.2	2,472.3	2,492.1
28 Yukon	18.4	22.0	22.2	22.2	19.8	16.4	16.3
29 Northwest Territories	44.0	43.3	44.3	45.8	43.4	41.2	40.1

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6	4,197.2	37,204.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
291.5	291.2	410.9	299.8	326.2	326.2	3,124.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
890.7	947.3	1,248.4	991.3	1,012.8	1,008.6	8,586.8	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
88.0	107.2	209.9	175.0	160.2	159.8	1,250.2	Magasins de chaussures	4
87.2	105.2	298.3	162.2	137.5	126.6	1,048.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
223.4	249.8	600.8	375.7	353.3	362.9	2,888.8	Magasins de vêtements pour dames	6
281.5	304.4	742.7	487.1	423.4	453.3	3,465.8	Autres magasins de vêtements	7
584.8	645.8	1,145.3	806.4	770.9	763.7	6,119.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
148.4	148.0	237.0	217.7	199.3	200.5	1,617.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8	3,989.8	38,055.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4	1,210.8	10,867.9	Stations-service	11
744.6	836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8	962.2	8,417.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9	1,701.7	14,920.1	Magasins de marchandises diverses	13
416.4	425.0	961.0	650.4	583.1	593.6	5,049.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
336.9	369.4	924.4	483.0	413.0	452.8	3,828.3	Autres magasins de produits durables	15
691.9	695.5	1,445.8	881.5	879.7	912.5	8,024.7	Autres magasins de vente au détail	16
14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0	17,422.3	154,469.3	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
220.5	222.2	369.3	304.7	282.9	287.5	2,519.9	Terre-Neuve	18
55.7	57.9	89.3	72.9	72.7	73.8	667.9	Île-du-Prince-Édouard	19
420.1	438.8	692.9	556.9	536.1	542.7	4,651.3	Nouvelle-Écosse	20
322.3	325.6	517.2	435.5	408.2	396.5	3,664.4	Nouveau-Brunswick	21
3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7	4,196.8	36,630.0	Québec	22
5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2	6,457.4	57,269.2	Ontario	23
480.5	485.1	760.8	606.3	588.4	569.8	5,293.8	Manitoba	24
428.6	447.8	661.6	552.3	549.4	521.0	4,734.6	Saskatchewan	25
1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1	1,783.6	16,060.7	Alberta	26
2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6	2,537.9	22,445.2	Colombie-Britannique	27
13.5	13.1	20.4	16.6	17.3	17.7	163.9	Yukon	28
33.1	33.2	48.5	40.3	40.2	37.9	368.4	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)

	Sales Ventes				
	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	92.0	93.9	87.1	92.2	745.5
Prince Edward Island	24.0	27.5	25.8	24.5	195.9
Nova Scotia	167.5	170.4	158.1	165.2	1,362.4
New Brunswick	142.7	147.9	130.7	140.4	1,132.1
Quebec	1,435.1	1,417.9	1,336.5	1,478.0	11,751.5
Ontario	2,223.2	2,126.2	2,006.1	2,213.1	18,030.7
Manitoba	189.4	201.5	184.7	197.6	1,610.3
Saskatchewan	173.1	180.3	164.5	180.9	1,455.8
Alberta	597.0	633.0	580.8	603.8	5,013.2
British Columbia	859.6	903.6	847.3	850.5	7,238.0
Yukon	6.5	7.4	6.9	6.7	51.9
Northwest Territories	24.1	21.5	21.3	22.5	187.2
Total	5,934.2	5,931.2	5,549.9	5,975.5	48,774.6

TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)

	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	92.0	93.9	87.1	92.2	87.9	84.3	77.6
Prince Edward Island	24.0	27.5	25.8	24.5	22.9	20.1	18.7
Nova Scotia	167.5	170.4	158.1	165.2	160.5	151.4	142.8
New Brunswick	142.7	147.9	130.7	140.4	134.7	119.1	115.4
Quebec	1,435.1	1,417.9	1,336.5	1,478.0	1,479.0	1,327.2	1,217.0
Ontario	2,223.2	2,126.2	2,006.1	2,213.1	2,127.6	1,999.9	1,948.1
Manitoba	189.4	201.5	184.7	197.6	191.1	180.6	176.0
Saskatchewan	173.1	180.3	164.5	180.9	171.6	161.0	150.4
Alberta	597.0	633.0	580.8	603.8	587.3	547.0	533.9
British Columbia	859.6	903.6	847.3	850.5	846.5	797.8	778.1
Yukon	6.5	7.4	6.9	6.7	5.9	5.1	4.9
Northwest Territories	24.1	21.5	21.3	22.5	22.4	21.6	20.0
Total	5,934.2	5,931.2	5,549.9	5,975.5	5,837.3	5,415.2	5,182.7

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					Régions
-2.6	-4.0	-4.3	-0.1	-2.3	Terre-Neuve
0.7	0.7	0.6	2.8	0.5	Île-du-Prince-Édouard
-0.4	2.5	1.7	3.6	1.8	Nouvelle-Écosse
9.6	7.7	3.6	4.3	4.6	Nouveau-Brunswick
3.9	0.6	-0.6	3.7	3.5	Québec
1.1	-0.4	-1.0	2.7	2.8	Ontario
4.7	5.6	7.4	6.7	5.0	Manitoba
3.0	2.4	0.3	3.2	-0.1	Saskatchewan
2.2	0.5	2.3	3.6	0.7	Alberta
-0.8	6.5	5.1	5.1	3.8	Colombie-Britannique
1.6	-0.7	-4.3	-3.4	-4.6	Yukon
20.6	7.2	3.6	5.7	6.5	Territoires du Nord-Ouest
1.9	1.5	0.8	3.5	2.8	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
64.2	66.4	169.8	127.0	101.8	94.4	745.5	Terre-Neuve
16.1	16.3	37.8	25.8	22.8	23.8	195.9	Île-du-Prince-Édouard
120.3	126.3	304.1	207.1	172.2	168.2	1,362.4	Nouvelle-Écosse
99.2	101.8	229.1	167.0	142.7	130.2	1,132.1	Nouveau-Brunswick
986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4	1,381.6	11,751.5	Québec
1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9	2,199.1	18,030.7	Ontario
141.9	147.5	328.4	222.6	199.9	180.9	1,610.3	Manitoba
130.9	143.1	283.7	198.0	183.3	168.0	1,455.8	Saskatchewan
448.9	481.5	1,019.8	680.6	605.2	584.1	5,013.2	Alberta
657.7	696.8	1,399.7	944.6	864.0	866.9	7,238.0	Colombie-Britannique
4.4	4.1	8.6	6.2	6.2	6.4	51.9	Yukon
17.1	16.7	27.4	22.2	22.2	20.0	187.2	Territoires du Nord-Ouest
4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5	5,823.6	48,774.6	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,278.1	5.0	15,428.9	3.0
September	118.4	17,864.6	2.5	15,086.5	0.4
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.5	0.5	14,907.7	0.5	Juin
118.9	17,712.6	-0.2	14,894.7	-0.1	Juillet
118.8	17,863.3	0.9	15,036.1	0.9	Août
119.1	17,883.2	0.1	15,015.6	-0.2	Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

TRADE GROUP COVERAGE

010 Supermarkets and Grocery Stores

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II

COUVERTURE DES GROUPE DE COMMERCE

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture -- only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers -- financial analysts, planners, economists and business leaders -- have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts -- names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** -- at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax -- the same day of release -- for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique** annuel à titre gracieux.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur -- le jour même de leur parution -- pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With **Custom FamEx Tabulations** you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get **Custom FamEx Tabulations** in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis*.

Avec **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles**, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles** dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005 Monthly

Retail Trade

October 1995

Catalogue 63-005 Mensuel

Commerce de détail

Octobre 1995



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who **reside outside the local dialing area** of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous **les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

October 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Octobre 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

January 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually
United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually
Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005, Vol. 67, No. 10

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Janvier 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005, vol. 67, no. 10

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	
1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28
Appendix	
I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	
1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
Appendice	
I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers decreased their purchases in October, following no change in September. Retail sales declined 0.7% to \$17.7 billion, almost the same level as in July 1995. A weak employment market, spending cuts affecting several provinces, a high level of consumer debt relative to disposable income, and restricted pay increases led consumers to be cautious about spending. Ontario consumers were particularly affected, causing sales there to fall more sharply than in other provinces.

The retail sales trend has been flattening in 1995 after generally growing from early 1992 to the end of 1994. Cumulative sales from January to October 1995 were 3.1% higher than the same period of 1994; however, removing the effect of price increases, the change was closer to +0.8%.

Sales in Ontario plunged

Sales in Ontario, which had been an important contributor to the general growth in Canada, plunged by \$153 million or 2.3% in October. This followed a slight 0.2% decline in September. October's drop in Ontario was larger than the decline at the national level.

The decrease in Ontario was dominated by the automotive, clothing and food sectors. In fact, nearly half the total decline came from lower sales by automotive retailers. Higher sales were only reported by general merchandise and drug stores.

Sales were also lower in seven other provinces and territories. Gains in Quebec (+0.5%), Saskatchewan (+2.2%) and Alberta (+1.1%) partly offset the overall decline.

Nationally, retailers in most sectors recorded lower sales

Retailers recorded lower sales in five sectors, accounting for 85% of total sales. Declining the most in dollars terms were the automotive (-0.7%), clothing (-3.1%) and food (-0.7%) sectors. Increases in the drug (+0.1%) and general merchandise (+0.8%) sectors limited the decline in total sales.

FAITS SAILLANTS

En octobre, les consommateurs ont réduit leur volume d'achats après qu'aucun changement ne soit enregistré en septembre. Les ventes au détail ont baissé de 0.7% à \$17.7 milliards en octobre, le niveau demeurant presque identique à celui de juillet 1995. La prudence des consommateurs s'explique par la morosité du marché de l'emploi, par les compressions dans les dépenses de certaines provinces, par le haut niveau d'endettement des consommateurs par rapport à leur revenu personnel disponible et enfin, par le faible niveau des augmentations salariales. En Ontario, les consommateurs ont été particulièrement touchés, ce qui a entraîné une diminution significative des ventes mensuelles.

Les ventes se sont stabilisées en 1995. Avant ce recul, la tendance des ventes s'est maintenue à la hausse du début de 1992 à la fin de 1994. Les ventes cumulatives de janvier à octobre 1995 ont dépassé de 3.1% celles de la même période en 1994; si l'on neutralise les augmentations des prix, le changement se situe aux alentours de +0.8%.

En Ontario, le niveau des ventes s'est effondré

Les ventes en Ontario, lequel a contribué largement à la prospérité globale enregistrée au pays, ont accusé un effondrement subit de \$153 millions (ou -2.3%) en octobre après un déclin modeste de 0.2% en septembre. Pour l'Ontario, la baisse d'octobre est plus importante que la diminution observée à l'échelle nationale.

La régression des ventes en Ontario s'est surtout manifestée dans les secteurs de l'automobile, du vêtement et de l'alimentation. En fait, presque la moitié de la baisse totale s'explique par la diminution des ventes des commerçants du secteur de l'automobile. Seuls les magasins de marchandises diverses et des médicaments ont enregistré une augmentation des ventes.

Sept autres provinces et territoires ont enregistré une baisse des ventes en octobre. Les gains réalisés au Québec (+0.5%), en Saskatchewan (+2.2%) et en Alberta (+1.1%) ont partiellement neutralisé la baisse générale.

Les ventes au détail ont reculé dans la plupart des secteurs

Au cours du mois d'octobre, les détaillants ont rapporté une baisse de leurs ventes dans cinq secteurs, représentant 85% des ventes totales. Les plus fortes baisses, en dollars, se sont produites dans les secteurs de l'automobile (-0.7%), du vêtement (-3.1%) et de l'alimentation (-0.7%). Les augmentations enregistrées dans le secteur des médicaments (+0.1%) et des magasins de marchandises diverses (+0.8%) ont minimisé la tendance à la baisse.

Sales in the automotive sector dropped 0.7%, after a 0.5% decline in September. Sales have been volatile in the sector since the beginning of the year. All three of the sector's components reported lower sales. New and used motor vehicle dealers saw sales decline 0.8%, their second consecutive monthly decline. Retailers of automotive parts, accessories and services reported lower sales (-0.8%), their third decline in four months. And sales by gasoline service stations decline 0.2%, mainly due to gasoline price wars that took place in most provinces in October.

Dans le secteur de l'automobile, les ventes ont chuté de 0.7% après une baisse de 0.5% en septembre. Les ventes sont restées instables dans ce secteur à partir du début de l'année. En octobre, elles ont accusé une baisse dans chacune de ses trois composantes. Les ventes de véhicules automobiles neufs et d'occasion ont baissé de 0.8%, une deuxième baisse mensuelle consécutive. Dans le même secteur, les détaillants de pièces, d'accessoires et de services ont vu leurs ventes décliner de 0.8%, ce qui représente la troisième diminution en quatre mois. Enfin, les ventes des stations-service ont également diminué de 0.2% en octobre, principalement en raison de la guerre des prix de l'essence qui a fait rage alors dans la plupart des provinces.

The clothing sector was also an important contributor to the overall sales decline. Clothing store sales have levelled off after growing from January 1994 to April 1995. All of the sector's components recorded lower sales in October. The largest decreases were shoe (-8.7%) and women's clothing (-3.9%) stores. For women's clothing stores, it was the fourth consecutive monthly decline.

Les ventes du secteur du vêtement ont également largement contribué au déclin général du volume des ventes. Les ventes des magasins de vêtements se sont stabilisées à l'issue de la période de croissance de janvier 1994 à avril 1995. Toutes les composantes du secteur ont enregistré des baisses. La plus forte chute s'est produite dans les magasins de chaussures (-8.7%) et dans les magasins de vêtements pour dames (-3.9%). Le déclin des ventes dans les magasins de vêtements pour dames est le quatrième en autant de mois.

Sales by food stores have been generally decreasing since February 1995, following increases since early 1992. The trend in the furniture sector has been downward since February 1995, after strong and steady growth since February 1994. Drug store sales have been growing steadily since June 1995, following a decrease in growth since October 1994.

Les ventes dans le secteur de l'alimentation sont en baisse depuis que la tendance à la hausse enregistrée dans ce secteur au début de 1992 s'est inversée en février 1995. Dans le secteur de l'ameublement, la tendance est à la baisse depuis février 1995, époque où s'est stabilisée la croissance vigoureuse et ininterrompue amorcée en février 1994. Les ventes de médicaments sont en hausse constante depuis juin 1995, après le fléchissement de la croissance qui s'est produit en octobre 1994.

Sales remained strong in the general merchandise sector, where a 0.8% advance in October mostly offset the 0.9% decline in September. Compared with October 1994, sales in general merchandise stores were up 4.4%. This gain resulted from generally steady growth in the sector since mid-1993.

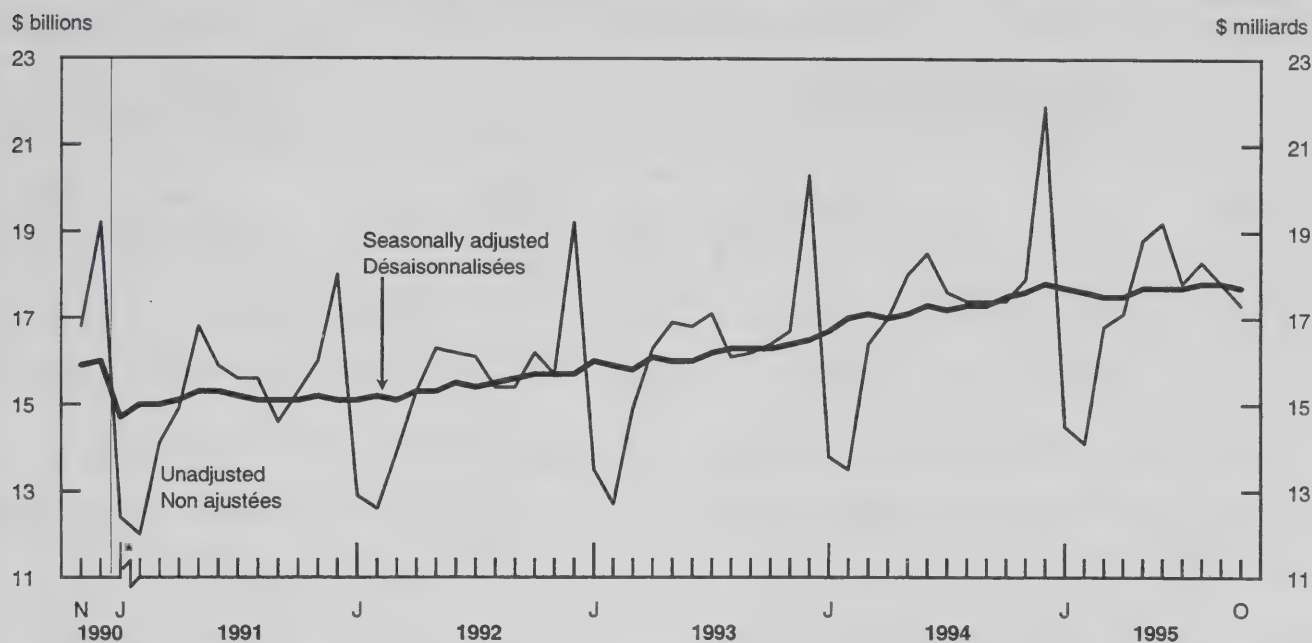
Finalement, les ventes sont restées élevées dans le secteur des magasins de marchandises diverses. En octobre, elles ont augmenté de 0.8%, ce qui a neutralisé presque complètement la baisse de 0.9% enregistrée en septembre. Comparativement au mois d'octobre 1994, les ventes du secteur des marchandises diverses ont grimpé de 4.4%. Ce gain coïncide avec la tendance générale à la hausse, observée dans ce secteur, à partir du second semestre de 1993.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

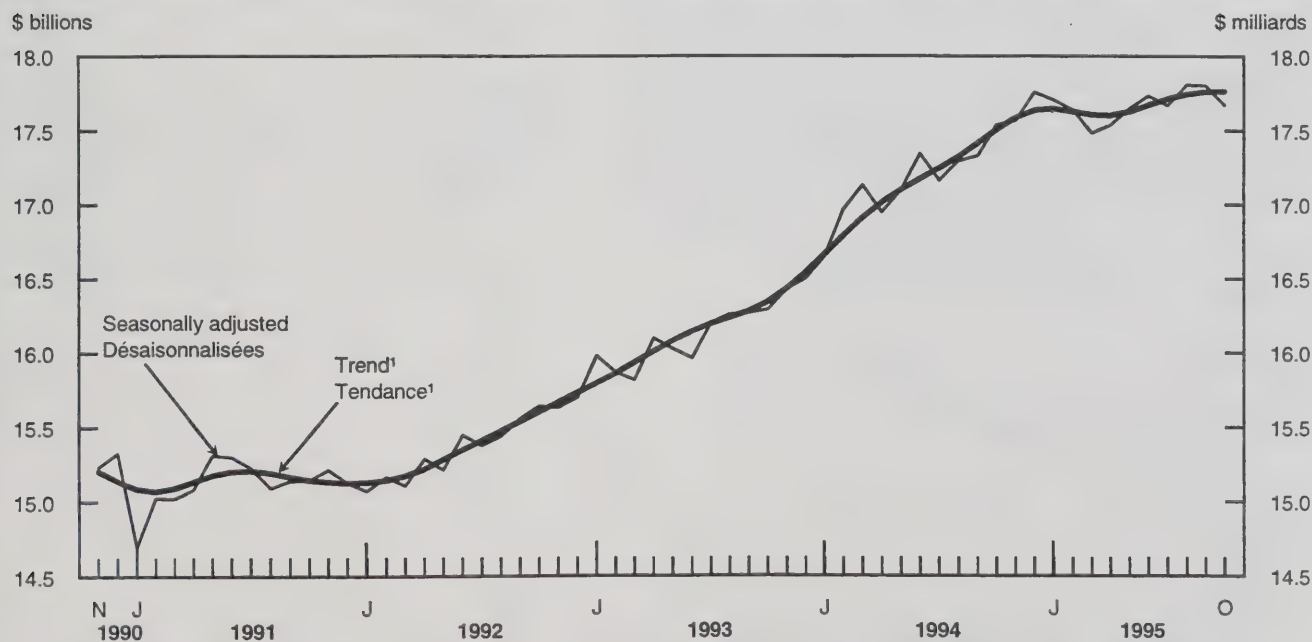
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales – Canada

Ventes au détail – Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

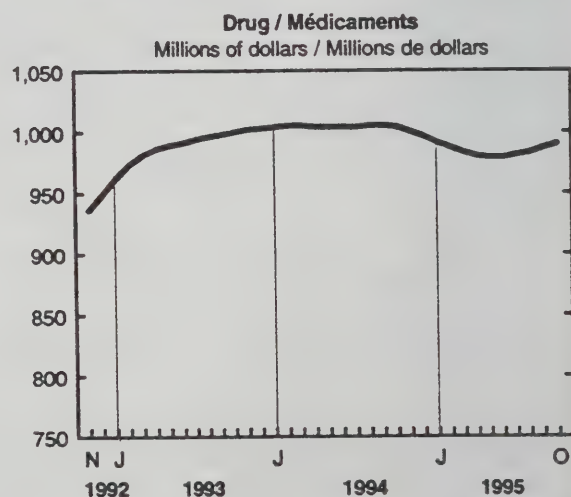
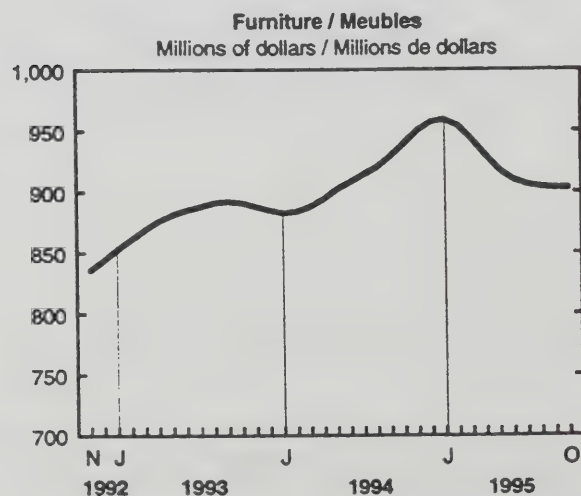
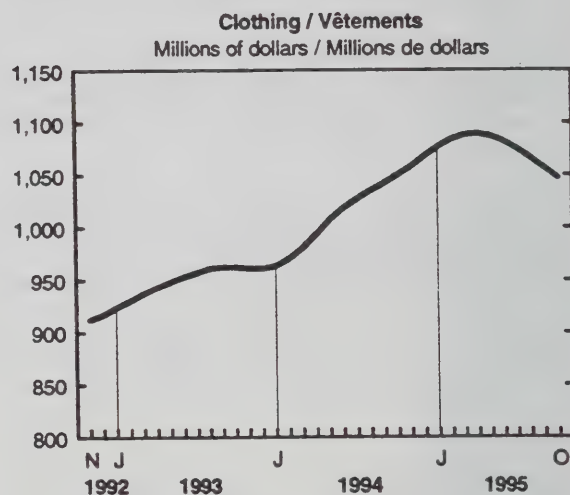
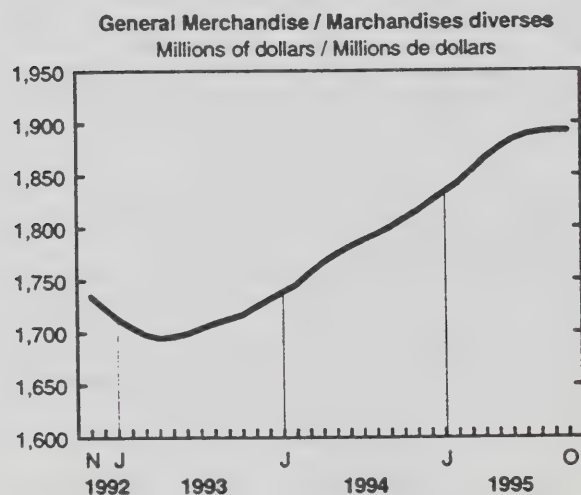
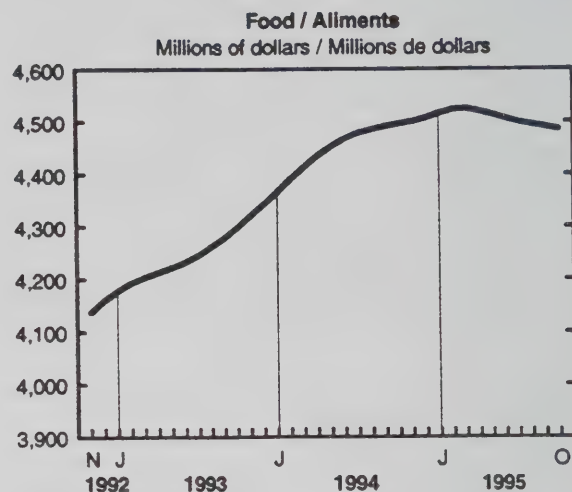
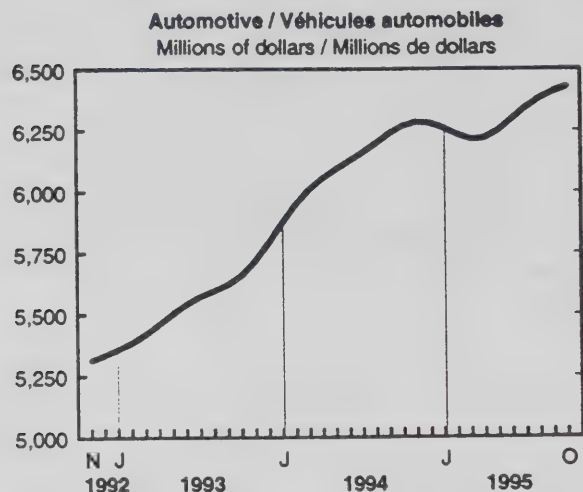
¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual	Commerce de détail annuel, Annuel, Bilingue	63-223
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to- date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,144.4	4,170.4	4,139.2	4,160.4	41,630.9	-0.6	0.8
2	All other food stores	346.9	351.6	346.8	343.7	3,518.0	-1.3	1.4
3	Drugs and patent medicine stores	994.8	993.9	974.5	975.5	9,835.8	0.1	2.0
4	Shoe stores	133.1	145.8	151.2	152.6	1,479.0	-8.7	-3.6
5	Men's clothing stores	130.3	131.6	135.0	135.5	1,357.6	-1.0	-2.5
6	Women's clothing stores	329.8	343.0	348.3	354.0	3,521.5	-3.9	-1.5
7	Other clothing stores	438.0	443.4	436.9	437.9	4,399.5	-1.2	1.5
8	Household furniture and appliance stores	714.8	722.2	728.1	717.3	7,346.3	-1.0	-0.8
9	Household furnishings stores	187.9	187.7	183.6	184.6	1,891.3	0.1	2.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,187.5	4,221.7	4,243.0	4,112.1	41,131.0	-0.8	-0.5
11	Gasoline service stations	1,227.5	1,229.5	1,229.7	1,219.5	12,107.4	-0.2	-
12	Automotive parts, accessories and services	948.0	956.0	967.4	953.5	9,616.7	-0.8	-1.2
13	General merchandise stores	1,894.2	1,879.5	1,897.1	1,894.3	18,769.4	0.8	-0.9
14	Other semi-durable goods stores	579.2	614.1	609.0	605.5	5,990.4	-5.7	0.8
15	Other durable goods stores	451.7	454.2	462.7	469.5	4,689.8	-0.5	-1.8
16	Other retail stores	970.3	964.9	961.2	960.5	9,483.0	0.6	0.4
17	Total, all stores	17,678.5	17,809.5	17,813.6	17,676.2	176,767.5	-0.7	-
Regions								
18	Newfoundland	289.6	291.1	291.3	294.0	2,907.4	-0.5	-0.1
19	Prince Edward Island	78.0	78.1	78.0	75.9	757.5	-0.2	0.2
20	Nova Scotia	519.8	525.3	530.5	527.3	5,327.1	-1.0	-1.0
21	New Brunswick	427.4	433.5	428.5	428.0	4,203.5	-1.4	1.2
22	Quebec	4,221.9	4,201.8	4,156.0	4,132.2	41,484.0	0.5	1.1
23	Ontario	6,489.7	6,642.1	6,657.5	6,570.3	65,896.1	-2.3	-0.2
24	Manitoba	617.4	623.4	614.8	624.0	6,101.3	-1.0	1.4
25	Saskatchewan	574.2	561.8	561.8	560.5	5,470.3	2.2	-
26	Alberta	1,865.0	1,844.4	1,862.3	1,841.7	18,406.3	1.1	-1.0
27	British Columbia	2,534.9	2,547.5	2,571.7	2,561.9	25,614.5	-0.5	-0.9
28	Yukon	18.7	18.4	19.0	18.4	182.8	1.5	-3.2
29	Northwest Territories	41.9	42.0	42.2	41.8	416.8	-0.2	-0.5

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
August 1995 Août	July 1995 Juillet	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
-0.5	0.5	0.1	1.3	-0.7	-0.8	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
0.9	-2.3	3.4	7.3	5.6	6.7	14.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.1	-0.1	-1.0	-1.6	-3.1	-2.7	-2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-0.9	-3.5	-8.3	1.8	-5.2	2.9	0.5	Magasins de chaussures 4
-0.4	-1.4	-2.8	-2.5	-2.9	-3.5	-5.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
-1.6	-7.2	-5.8	0.2	1.7	4.6	5.9	Magasins de vêtements pour dames 6
-0.2	0.4	7.5	6.4	3.4	8.6	13.5	Autres magasins de vêtements 7
1.5	0.4	-5.1	-0.7	0.7	-0.9	2.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-0.5	-1.0	-2.6	-2.9	-4.5	-4.2	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3.2	-1.0	2.1	4.6	11.5	9.6	5.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
0.8	-0.2	4.8	4.1	3.1	2.2	2.3	Stations-service 11
1.5	-1.0	-4.8	-2.3	-2.6	-3.8	-2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.1	-0.8	4.4	6.8	2.9	6.4	4.9	Magasins de marchandises diverses 13
0.6	0.2	-5.3	2.1	-0.7	-0.2	0.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
-1.4	1.1	-3.0	-0.5	-3.3	-1.1	0.5	Autres magasins de produits durables 15
0.1	2.0	5.5	6.4	7.4	6.2	7.7	Autres magasins de vente au détail 16
0.8	-0.4	0.8	2.7	3.0	3.0	3.1	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
-0.9	1.3	0.9	1.9	2.6	3.6	2.4	Terre-Neuve 18
2.7	-1.5	4.5	8.7	9.1	7.4	4.9	Île-du-Prince-Édouard 19
0.6	-0.4	-4.0	-1.9	-0.7	-1.5	-0.9	Nouvelle-Écosse 20
0.1	0.9	4.3	9.9	7.0	5.6	2.5	Nouveau-Brunswick 21
0.6	1.3	1.2	0.6	-1.4	-0.8	-0.9	Québec 22
1.3	-1.0	-0.4	3.5	4.7	4.3	4.8	Ontario 23
-1.5	0.8	4.5	8.6	5.7	8.8	5.7	Manitoba 24
0.2	1.5	5.0	5.9	7.2	7.2	5.2	Saskatchewan 25
1.1	-1.1	1.5	3.5	1.8	0.9	1.2	Alberta 26
0.4	-1.8	1.1	1.5	5.1	5.3	6.7	Colombie-Britannique 27
3.1	-1.2	6.5	5.1	9.2	4.0	3.9	Yukon 28
1.0	-1.2	5.0	7.2	8.7	8.4	7.7	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif	
	millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	3,929.1	4,287.3	4,222.8	4,273.4	41,143.7
2	All other food stores	329.7	352.2	358.4	366.3	3,445.1
3	Drugs and patent medicine stores	1,007.0	985.1	971.4	922.6	9,592.6
4	Shoe stores	140.8	163.4	156.4	139.4	1,391.8
5	Men's clothing stores	125.6	125.3	111.4	115.8	1,175.1
6	Women's clothing stores	320.8	366.0	338.0	330.6	3,211.0
7	Other clothing stores	445.6	486.9	454.6	378.2	3,924.7
8	Household furniture and appliance stores	731.2	743.8	732.9	697.9	6,853.2
9	Household furnishings stores	196.9	195.3	193.3	189.7	1,817.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,085.0	4,120.9	4,410.4	4,216.2	42,112.3
11	Gasoline service stations	1,266.1	1,247.2	1,357.5	1,336.9	12,137.9
12	Automotive parts, accessories and services	961.0	935.7	981.5	978.7	9,385.4
13	General merchandise stores	1,926.0	1,810.8	1,855.6	1,698.8	16,829.1
14	Other semi-durable goods stores	547.2	612.1	641.2	608.3	5,588.1
15	Other durable goods stores	387.6	433.7	476.2	468.6	4,208.8
16	Other retail stores	907.7	976.0	1,016.4	1,034.5	8,937.8
17	Total, all stores	17,307.4	17,841.6	18,278.1	17,756.0	171,753.7
Regions						
18	Newfoundland	282.4	292.5	308.9	303.1	2,802.5
19	Prince Edward Island	75.6	79.8	89.2	86.3	742.9
20	Nova Scotia	503.8	526.7	547.7	539.5	5,157.5
21	New Brunswick	423.3	441.6	450.1	441.9	4,093.8
22	Quebec	4,101.6	4,210.5	4,297.0	4,165.1	40,706.4
23	Ontario	6,347.5	6,647.0	6,709.8	6,483.6	63,619.7
24	Manitoba	611.4	616.0	626.5	616.9	5,907.7
25	Saskatchewan	578.5	553.1	573.5	561.7	5,311.6
26	Alberta	1,828.3	1,835.8	1,932.0	1,858.3	17,891.7
27	British Columbia	2,496.8	2,579.1	2,678.0	2,633.0	24,932.2
28	Yukon	17.9	18.5	22.0	22.2	182.0
29	Northwest Territories	40.2	41.1	43.3	44.3	405.7

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
					Groupe de commerce - Canada
-3.5	2.1	2.7	-4.0	0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
1.1	8.0	7.3	2.3	14.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.6	-2.3	-2.8	-4.2	-2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-12.1	2.2	-2.2	3.3	0.5	Magasins de chaussures 4
-8.7	-1.0	-1.1	-2.0	-5.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
-9.2	0.8	4.8	2.5	5.0	Magasins de vêtements pour dames 6
5.2	7.4	4.8	5.9	11.8	Autres magasins de vêtements 7
-5.2	-2.6	1.9	-1.7	2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.2	-2.6	-7.5	-5.7	-0.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3.8	3.3	13.1	6.9	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
4.7	3.0	4.3	1.9	2.6	Stations-service 11
-4.2	-2.8	-2.0	-4.8	-2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
2.7	6.4	4.4	4.9	4.8	Magasins de marchandises diverses 13
-6.2	3.1	1.7	-0.4	0.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
-6.2	-4.2	-1.1	-0.1	- -	Autres magasins de produits durables 15
3.2	7.0	10.7	2.6	7.4	Autres magasins de vente au détail 16
-0.3	2.4	5.0	0.9	2.8	Total, ensemble des magasins 17
					Régions
-0.2	1.8	5.0	1.5	2.5	Terre-Neuve 18
4.0	8.2	12.2	5.5	5.3	Île-du-Prince-Édouard 19
-6.0	-2.9	0.2	-3.2	-1.1	Nouvelle-Écosse 20
3.7	11.4	9.3	3.6	2.9	Nouveau-Brunswick 21
0.1	0.3	0.9	-3.4	-1.2	Québec 22
-1.7	2.9	7.2	2.1	4.5	Ontario 23
3.9	8.1	9.2	6.7	5.8	Manitoba 24
5.3	6.2	9.0	6.0	5.1	Saskatchewan 25
0.9	2.9	3.8	-0.9	1.2	Alberta 26
- -	1.6	5.5	3.9	6.4	Colombie-Britannique 27
3.4	4.5	7.9	5.4	4.2	Yukon 28
0.1	8.5	10.7	6.8	7.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,783.4	12,713.5	11,717.6	12,778.9	12,759.4
2	All other food stores	1,076.9	1,120.5	918.1	1,036.8	1,018.2
3	Drugs and patent medicine stores	2,879.1	2,891.7	2,814.9	3,252.5	2,971.0
4	Shoe stores	459.2	473.3	318.5	545.1	454.7
5	Men's clothing stores	352.6	401.0	295.9	598.0	357.5
6	Women's clothing stores	1,034.7	1,086.6	769.0	1,329.7	1,007.8
7	Other clothing stores	1,319.8	1,204.8	954.5	1,653.2	1,244.4
8	Household furniture and appliance stores	2,174.6	2,031.6	1,915.8	2,722.7	2,192.6
9	Household furnishings stores	578.4	567.6	474.2	654.0	610.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	12,747.5	14,457.5	10,822.3	11,195.3	11,833.4
11	Gasoline service stations	3,941.6	3,693.8	3,236.3	3,576.0	3,824.3
12	Automotive parts, accessories and services	2,895.9	3,054.3	2,474.3	3,259.5	2,991.1
13	General merchandise stores	5,365.1	5,354.8	4,183.1	7,344.0	5,098.2
14	Other semi-durable goods stores	1,861.6	1,866.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7
15	Other durable goods stores	1,378.6	1,350.2	1,092.4	1,820.3	1,403.1
16	Other retail stores	3,026.9	2,833.6	2,169.6	3,206.9	2,838.7
17	Total, all stores	53,875.7	55,101.2	45,469.4	57,167.5	52,439.8
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	297.2	288.1	252.8	269.9	289.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.7	69.1	66.2	75.8	64.9
4	Shoe stores	5.7	5.4	3.3	7.3	5.7
5	Men's clothing stores	3.0	3.7	2.5	7.7	3.5
6	Women's clothing stores	12.1	12.0	8.2	21.2	13.4
7	Other clothing stores	11.4	9.1	7.2	17.3	9.9
8	Household furniture and appliance stores	24.6	20.9	17.3	37.7	24.3
9	Household furnishings stores	3.5	3.7	2.9	5.0	4.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	165.2	191.0	119.2	119.4	158.3
11	Gasoline service stations	99.4	87.2	76.9	85.8	79.5
12	Automotive parts, accessories and services	41.7	42.8	34.0	44.7	42.4
13	General merchandise stores	106.5	100.8	73.2	167.4	114.0
14	Other semi-durable goods stores	29.8	30.9	20.0	39.7	31.8
15	Other durable goods stores	8.9	8.8	7.2	19.4	11.8
16	Other retail stores	20.0	18.5	15.7	32.1	22.1
17	Total, all stores	904.6	901.2	714.3	956.9	880.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Canada	
0.2	0.9	0.8	3.6	4.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
5.8	22.1	22.5	18.7	16.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-3.1	-2.1	-1.6	-0.5	1.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.0	3.7	1.6	8.9	10.3	Magasins de chaussures	4
-1.4	-6.5	-6.8	-8.6	-5.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.7	9.7	8.8	11.7	4.1	Magasins de vêtements pour dames	6
6.1	13.5	22.3	18.2	12.5	Autres magasins de vêtements	7
-0.8	0.6	10.3	8.0	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-5.3	0.8	3.3	1.4	3.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.7	3.1	7.8	13.3	10.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.1	4.5	-1.0	0.3	-0.2	Stations-service	11
-3.2	-3.9	1.6	9.0	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.2	6.3	3.3	5.7	4.3	Magasins de marchandises diverses	13
1.5	1.4	0.9	7.8	10.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.8	-0.1	5.1	6.3	8.9	Autres magasins de produits durables	15
6.6	9.4	7.6	11.7	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
2.7	2.9	4.0	7.1	6.1	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
2.7	6.8	5.2	-1.8	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.8	5.4	3.8	5.4	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.9	2.9	-10.2	1.1	3.6	Magasins de chaussures	4
-11.8	-5.4	3.9	-4.7	-2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.4	-3.1	0.1	4.2	-2.1	Magasins de vêtements pour dames	6
15.2	12.7	14.3	-44.3	-47.0	Autres magasins de vêtements	7
1.1	0.1	2.3	9.7	-0.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-11.7	4.6	8.8	-3.1	2.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4.4	-0.9	-5.2	5.7	5.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
25.0	21.2	14.6	9.5	-10.9	Stations-service	11
-1.5	-7.0	2.2	-9.2	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-6.6	-2.9	-11.8	6.7	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
-6.5	5.9	9.4	26.1	12.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-24.6	-25.4	-27.6	3.3	4.7	Autres magasins de produits durables	15
-9.3	-3.1	-8.4	0.4	-2.1	Autres magasins de vente au détail	16
2.8	3.7	1.7	2.1	2.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	63.4	58.0	50.9	55.2	56.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	17.1	16.2	15.7	16.9	16.7
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.5	3.5	2.1	5.6	6.8
8	Household furniture and appliance stores	5.7	5.5	5.0	7.6	6.7
9	Household furnishings stores	1.4	1.3	1.1	1.9	2.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	47.9	54.9	34.4	40.9	40.7
11	Gasoline service stations	37.3	26.4	21.1	23.1	28.6
12	Automotive parts, accessories and services	11.6	13.2	9.9	14.3	13.8
13	General merchandise stores	23.3	22.2	15.1	32.0	24.0
14	Other semi-durable goods stores	13.7	10.8	7.0	11.1	11.5
15	Other durable goods stores	3.3	2.8	1.9	4.0	2.9
16	Other retail stores	13.7	11.0	8.5	12.5	15.3
17	Total, all stores	255.3	234.2	177.8	235.0	235.1
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	463.5	454.3	419.5	458.5	473.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.6	118.7	112.7	127.6	111.8
4	Shoe stores	10.7	10.2	6.2	11.2	9.5
5	Men's clothing stores	6.7	7.0	5.7	12.9	6.3
6	Women's clothing stores	24.3	24.5	18.5	39.6	27.7
7	Other clothing stores	31.2	25.0	20.9	44.9	28.2
8	Household furniture and appliance stores	37.0	35.8	32.7	53.0	41.7
9	Household furnishings stores	15.0	10.9	9.6	16.8	14.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	321.0	418.2	298.7	298.7	336.2
11	Gasoline service stations	124.7	123.0	102.5	124.4	140.1
12	Automotive parts, accessories and services	74.8	78.0	60.0	85.3	76.2
13	General merchandise stores	173.2	167.0	125.1	266.3	171.3
14	Other semi-durable goods stores	53.3	50.2	37.9	70.2	52.4
15	Other durable goods stores	30.5	27.9	20.0	40.8	26.2
16	Other retail stores	108.9	97.1	71.8	109.0	105.7
17	Total, all stores	1,613.9	1,676.5	1,363.4	1,785.9	1,646.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
12.0	14.5	9.3	7.3	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	0.9	1.9	-4.9	-0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-4.5	-4.0	-7.5	7.2	30.2	Autres magasins de vêtements	7
-14.2	-9.9	-1.7	-5.9	7.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-43.4	-42.1	-38.0	-20.9	16.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
17.7	3.5	-0.1	13.9	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
30.6	11.8	-5.4	-7.6	-10.4	Stations-service	11
-16.1	-7.7	-4.5	0.4	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.7	2.6	-8.1	-1.4	6.5	Magasins de marchandises diverses	13
19.1	22.5	18.4	6.2	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
12.9	14.5	-6.4	-6.7	-10.5	Autres magasins de produits durables	15
-10.5	-2.3	-1.4	1.7	7.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	5.8	0.9	2.5	-0.4	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
-2.1	3.5	8.5	5.1	3.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.7	9.7	1.0	0.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
12.8	14.7	-7.4	-0.3	7.6	Magasins de chaussures	4
5.1	1.0	6.4	-14.8	-9.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-12.3	-7.0	-3.0	-1.7	-0.4	Magasins de vêtements pour dames	6
10.8	13.2	17.2	26.7	21.4	Autres magasins de vêtements	7
-11.2	-6.5	-10.9	-	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.9	-16.9	7.1	31.6	21.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.5	0.7	-4.6	7.4	-1.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-10.9	-11.8	-27.2	-28.5	-22.5	Stations-service	11
-1.9	-9.8	3.3	3.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.1	3.0	-1.7	1.0	-0.3	Magasins de marchandises diverses	13
1.7	4.4	1.6	9.9	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.3	16.0	5.0	0.7	-0.2	Autres magasins de produits durables	15
3.0	3.6	-3.8	0.9	-0.4	Autres magasins de vente au détail	16
-2.0	1.4	-1.1	1.5	-0.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
millions of dollars - millions de dollars						
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	333.1	316.6	282.4	308.0	319.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	109.4	107.0	101.6	113.6	96.5
4	Shoe stores	9.6	9.5	5.8	10.8	8.3
5	Men's clothing stores	5.2	6.5	4.8	12.5	7.3
6	Women's clothing stores	22.6	23.1	15.7	32.7	23.1
7	Other clothing stores	23.2	15.9	11.9	26.0	18.7
8	Household furniture and appliance stores	40.4	33.6	31.5	51.7	37.2
9	Household furnishings stores	12.5	11.5	8.8	13.2	11.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	311.3	342.3	223.5	232.3	241.9
11	Gasoline service stations	108.0	96.2	94.4	116.1	123.4
12	Automotive parts, accessories and services	81.2	84.7	65.1	90.6	84.3
13	General merchandise stores	137.8	129.8	97.6	203.8	138.7
14	Other semi-durable goods stores	37.2	37.3	23.6	40.9	30.6
15	Other durable goods stores	22.4	20.1	15.1	33.5	22.3
16	Other retail stores	66.2	58.9	44.0	68.0	64.1
17	Total, all stores	1,333.6	1,305.5	1,031.5	1,361.0	1,235.1
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,391.4	3,397.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	640.7	660.2	663.8	741.8	733.3
4	Shoe stores	153.6	160.5	95.3	186.5	150.7
5	Men's clothing stores	84.1	104.3	66.7	144.8	94.6
6	Women's clothing stores	301.3	315.4	211.0	336.1	281.2
7	Other clothing stores	378.2	370.8	264.4	428.2	339.9
8	Household furniture and appliance stores	616.8	603.0	460.3	627.9	561.8
9	Household furnishings stores	148.3	158.9	106.2	145.8	142.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,750.9	3,228.7	2,258.9	2,331.2	2,783.6
11	Gasoline service stations	805.3	753.3	668.4	735.7	755.1
12	Automotive parts, accessories and services	762.1	815.0	608.3	827.2	731.5
13	General merchandise stores	1,117.6	1,145.0	860.8	1,456.9	1,092.1
14	Other semi-durable goods stores	460.5	471.1	329.5	489.9	465.5
15	Other durable goods stores	294.6	295.0	219.7	352.5	273.5
16	Other retail stores	426.2	465.0	352.5	543.0	429.9
17	Total, all stores	12,672.6	13,290.5	10,641.6	13,251.7	12,768.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
4.2	1.0	-9.1	-13.9	-12.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.4	13.5	15.2	24.5	21.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
16.8	18.2	12.1	17.3	19.9	Magasins de chaussures	4
-29.2	-22.0	-12.3	-19.7	-4.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.9	6.2	3.2	0.2	0.6	Magasins de vêtements pour dames	6
23.9	2.7	-7.0	-6.1	-9.3	Autres magasins de vêtements	7
8.6	-1.4	2.5	7.8	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
12.4	10.4	15.5	18.9	13.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
28.7	5.7	-7.9	-5.8	-16.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-12.4	-12.0	-1.5	8.0	-	Stations-service	11
-3.6	3.2	14.8	18.5	20.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.7	-7.2	-8.5	3.9	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
21.6	20.7	19.6	2.1	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.7	0.8	7.2	20.7	30.2	Autres magasins de produits durables	15
3.3	9.4	4.2	2.5	-7.0	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	2.3	-2.7	-0.2	-4.7	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.7	-5.9	-4.1	2.4	5.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-12.6	-11.4	-4.4	-7.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.9	2.7	-0.7	6.4	8.1	Magasins de chaussures	4
-11.1	-10.1	-9.9	-1.9	2.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
7.2	12.3	7.2	15.0	10.0	Magasins de vêtements pour dames	6
11.3	16.3	19.1	17.7	6.8	Autres magasins de vêtements	7
9.8	14.6	22.7	8.0	-1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.9	14.6	18.1	4.0	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-1.2	-10.6	-4.8	2.1	1.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.7	6.6	-5.8	2.1	4.1	Stations-service	11
4.2	-	4.5	6.5	5.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.3	4.0	1.1	7.0	9.7	Magasins de marchandises diverses	13
-1.1	0.9	12.8	16.9	14.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.7	7.4	6.4	17.6	11.3	Autres magasins de produits durables	15
-0.9	2.2	7.0	11.0	6.9	Autres magasins de vente au détail	16
-0.7	-2.7	-0.4	4.9	4.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.		Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	4,007.8	4,031.3	3,804.6	4,043.4	3,972.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,112.1	1,129.6	1,077.1	1,247.3	1,130.4
4	Shoe stores	155.4	162.7	118.8	196.6	164.0
5	Men's clothing stores	138.4	162.4	122.7	242.9	141.9
6	Women's clothing stores	372.5	406.3	289.2	519.7	375.7
7	Other clothing stores	470.8	426.3	357.7	624.5	462.6
8	Household furniture and appliance stores	724.5	689.9	724.5	1,015.2	815.2
9	Household furnishings stores	212.6	211.3	183.2	264.5	246.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,028.7	5,629.0	4,381.5	4,684.8	4,503.9
11	Gasoline service stations	1,468.3	1,381.2	1,213.1	1,303.0	1,356.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,067.4	1,163.4	980.0	1,265.1	1,142.8
13	General merchandise stores	1,959.3	1,963.9	1,550.1	2,796.5	1,833.2
14	Other semi-durable goods stores	693.5	674.6	478.2	835.8	648.1
15	Other durable goods stores	506.8	513.6	433.0	730.9	541.3
16	Other retail stores	1,445.0	1,304.0	969.2	1,421.7	1,302.9
17	Total, all stores	19,840.4	20,360.3	17,071.4	21,601.2	19,066.4
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	500.3	492.1	435.6	480.0	478.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	75.1	71.8	65.4	72.9	63.6
4	Shoe stores	12.4	13.0	8.2	13.8	9.8
5	Men's clothing stores	9.2	11.1	8.3	17.5	10.0
6	Women's clothing stores	26.1	28.6	20.8	37.7	29.4
7	Other clothing stores	41.4	37.0	29.5	55.5	38.8
8	Household furniture and appliance stores	64.3	57.5	53.3	82.6	58.6
9	Household furnishings stores	14.9	14.1	12.1	14.7	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	408.7	465.8	333.8	352.7	342.0
11	Gasoline service stations	177.9	176.0	151.9	164.3	170.3
12	Automotive parts, accessories and services	90.3	91.1	65.5	86.7	85.5
13	General merchandise stores	229.0	231.6	188.1	322.8	224.1
14	Other semi-durable goods stores	49.7	47.9	37.3	61.8	45.8
15	Other durable goods stores	54.6	56.9	42.3	71.4	50.3
16	Other retail stores	85.5	80.5	63.5	96.1	76.9
17	Total, all stores	1,859.4	1,900.1	1,536.8	1,955.5	1,721.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
0.9	1.4	3.4	4.6	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.6	1.3	0.4	2.2	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.3	-5.5	-1.9	4.4	7.6	Magasins de chaussures	4
-2.5	-8.8	-7.5	-12.3	-8.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.8	6.9	11.2	11.5	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
1.8	12.7	32.3	21.1	16.2	Autres magasins de vêtements	7
-11.1	-4.9	9.9	4.4	1.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-13.7	-4.4	-0.6	8.2	13.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
11.7	5.8	13.1	16.4	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
8.3	5.9	-0.4	-0.8	-2.7	Stations-service	11
-6.6	-4.4	1.5	11.0	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.9	8.8	6.8	7.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
7.0	4.0	-0.4	2.6	9.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.4	-2.7	9.9	7.1	7.5	Autres magasins de produits durables	15
10.9	14.3	10.7	13.6	11.3	Autres magasins de vente au détail	16
4.1	4.6	7.3	8.6	6.4	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
4.5	3.6	-5.3	0.5	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
18.0	12.7	5.9	2.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
26.5	24.5	2.1	11.1	-1.1	Magasins de chaussures	4
-8.2	-12.7	-13.5	-18.8	-16.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-11.4	-10.6	-9.9	-8.5	-9.6	Magasins de vêtements pour dames	6
6.7	7.1	9.7	13.8	14.0	Autres magasins de vêtements	7
9.7	3.2	6.3	6.8	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
13.4	6.2	22.0	0.3	2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.5	15.4	7.5	9.7	3.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.4	19.8	11.0	11.4	13.9	Stations-service	11
5.7	-4.4	-9.0	-8.9	-5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.2	3.8	0.8	6.8	3.8	Magasins de marchandises diverses	13
8.5	-7.1	2.6	5.2	-1.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.6	22.0	26.5	26.3	12.9	Autres magasins de produits durables	15
11.2	10.2	0.7	8.1	8.5	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	7.9	1.7	5.1	2.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Saskatchewan					
1	Supermarkets and grocery stores	428.3	409.2	355.3	373.7	388.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	84.9	86.6	84.3	108.3	105.2
4	Shoe stores	10.4	12.0	7.4	12.1	9.7
5	Men's clothing stores	6.9	8.3	6.3	14.3	8.2
6	Women's clothing stores	22.6	24.5	17.5	30.3	23.2
7	Other clothing stores	35.2	33.7	24.1	46.1	31.1
8	Household furniture and appliance stores	52.0	47.9	48.9	66.8	48.7
9	Household furnishings stores	16.0	15.7	14.4	20.1	16.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	387.6	407.8	315.4	371.5	327.6
11	Gasoline service stations	154.2	139.5	121.7	132.8	146.5
12	Automotive parts, accessories and services	117.0	128.2	92.1	131.5	126.9
13	General merchandise stores	197.2	202.0	159.3	258.1	181.9
14	Other semi-durable goods stores	53.7	45.9	34.9	60.1	45.9
15	Other durable goods stores	38.7	36.8	27.3	48.7	38.4
16	Other retail stores	71.4	65.7	51.5	77.3	69.2
17	Total, all stores	1,688.4	1,674.6	1,370.1	1,763.4	1,576.9
	Alberta					
1	Supermarkets and grocery stores	1,400.5	1,400.5	1,258.2	1,378.9	1,369.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	263.4	252.8	252.9	302.0	262.0
4	Shoe stores	42.3	42.4	29.4	44.9	39.3
5	Men's clothing stores	41.9	39.0	30.7	55.9	31.1
6	Women's clothing stores	97.2	103.0	77.6	137.9	96.3
7	Other clothing stores	154.6	129.6	102.2	185.7	140.4
8	Household furniture and appliance stores	253.4	226.2	234.0	330.0	254.6
9	Household furnishings stores	60.7	52.4	47.0	60.9	59.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,388.4	1,592.2	1,104.2	1,108.0	1,224.2
11	Gasoline service stations	374.7	364.4	325.8	387.7	448.9
12	Automotive parts, accessories and services	308.5	315.9	273.8	392.8	365.9
13	General merchandise stores	557.9	553.7	445.5	758.1	527.4
14	Other semi-durable goods stores	171.7	192.7	125.1	220.3	197.1
15	Other durable goods stores	164.9	146.3	119.8	209.8	174.3
16	Other retail stores	310.7	299.4	233.7	357.5	295.6
17	Total, all stores	5,626.0	5,745.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce		N°
Variation par rapport à l'année précédente							
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3			
Per cent - pourcentage							
					Saskatchewan		
10.3	6.6	2.7	1.4	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
-19.3	-21.1	-20.8	4.5	17.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
7.7	25.3	8.7	27.0	16.3	Magasins de chaussures	4	
-16.6	-24.6	-27.4	-10.4	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5	
-2.4	2.5	-0.6	3.2	0.9	Magasins de vêtements pour dames	6	
13.2	26.8	12.8	23.8	12.4	Autres magasins de vêtements	7	
6.8	7.1	19.9	21.3	24.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
0.1	3.7	10.3	19.3	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
18.3	12.4	10.1	21.7	12.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
5.3	6.0	7.8	7.1	9.6	Stations-service	11	
-7.8	-2.7	1.5	41.0	34.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
8.4	10.2	7.5	5.4	3.7	Magasins de marchandises diverses	13	
17.0	-12.9	-9.7	-4.2	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables	14	
0.7	-10.5	-7.9	-14.2	-8.1	Autres magasins de produits durables	15	
3.3	2.8	7.0	-7.6	4.5	Autres magasins de vente au détail	16	
7.1	4.5	3.5	9.0	9.1	Total, ensemble des magasins	17	
					Alberta		
2.3	3.8	-1.2	1.6	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
0.6	-5.1	-9.1	-8.7	-6.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
7.6	30.1	23.5	35.4	26.5	Magasins de chaussures	4	
34.6	-3.6	-18.7	-24.7	-29.3	Magasins de vêtements pour hommes	5	
0.9	15.3	12.3	18.9	-10.4	Magasins de vêtements pour dames	6	
10.1	11.9	15.8	20.0	16.7	Autres magasins de vêtements	7	
-0.4	-10.4	1.8	2.7	-4.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
2.1	-5.7	-10.6	-11.1	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
13.4	5.4	3.7	10.6	22.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
-16.5	-9.6	-3.2	1.4	4.5	Stations-service	11	
-15.7	-16.8	-2.8	18.0	14.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
5.8	7.0	3.9	2.7	-0.2	Magasins de marchandises diverses	13	
-12.9	-3.1	-18.5	-4.1	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14	
-5.4	-2.6	5.9	6.9	9.8	Autres magasins de produits durables	15	
5.1	9.1	6.5	24.1	9.1	Autres magasins de vente au détail	16	
1.9	1.3	0.2	5.4	6.9	Total, ensemble des magasins	17	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,848.8	1,817.5	1,652.5	1,815.6	1,768.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	390.9	373.4	369.4	439.4	379.4
4	Shoe stores	56.5	55.5	42.9	59.5	56.1
5	Men's clothing stores	55.0	56.8	46.9	86.4	52.5
6	Women's clothing stores	151.2	144.7	107.5	169.0	133.0
7	Other clothing stores	163.6	150.5	132.0	214.9	163.7
8	Household furniture and appliance stores	350.7	306.7	304.4	444.9	339.9
9	Household furnishings stores	91.9	86.6	87.8	109.7	99.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,915.6	2,103.7	1,735.5	1,638.9	1,856.9
11	Gasoline service stations	577.1	533.9	450.3	492.5	561.4
12	Automotive parts, accessories and services	333.5	313.8	280.1	315.8	315.9
13	General merchandise stores	810.8	785.2	624.3	1,024.5	743.2
14	Other semi-durable goods stores	290.8	298.4	214.8	356.5	298.6
15	Other durable goods stores	248.5	237.0	202.7	303.4	255.6
16	Other retail stores	468.2	423.3	351.8	479.0	446.5
17	Total, all stores	7,890.0	7,824.4	6,721.0	8,095.9	7,611.3
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	49.2	47.9	40.5	45.0	44.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.0	1.3	0.9	1.4	1.1
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	5.1	4.6	4.0	5.1	4.0
9	Household furnishings stores	1.4	1.2	1.1	1.5	1.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	22.1	23.9	17.2	16.8	18.0
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	52.6	53.6	44.0	57.6	48.4
14	Other semi-durable goods stores	7.7	6.8	4.5	8.1	7.4
15	Other durable goods stores	5.3	5.2	3.3	5.7	6.6
16	Other retail stores	11.0	10.1	7.6	10.7	10.6
17	Total, all stores	191.4	188.8	149.3	183.3	177.6

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
4.6	7.4	6.9	10.9	8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.0	3.5	2.2	2.5	5.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.8	8.3	3.9	14.1	16.6	Magasins de chaussures	4
4.7	13.9	15.7	12.5	16.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
13.7	21.5	13.9	15.5	12.9	Magasins de vêtements pour dames	6
-0.1	11.6	19.8	22.4	19.3	Autres magasins de vêtements	7
3.2	-1.7	5.3	21.3	13.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-7.6	-2.8	0.7	-13.8	-13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.2	16.5	24.1	30.3	28.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
2.8	10.2	7.5	1.5	-0.2	Stations-service	11
5.6	2.2	0.3	-3.1	-4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
9.1	7.4	3.1	2.3	6.2	Magasins de marchandises diverses	13
-2.6	-0.2	-0.3	19.5	18.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.8	-3.8	-5.6	-6.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
4.9	7.1	6.4	8.6	6.7	Autres magasins de vente au détail	16
3.7	8.8	9.6	11.4	11.8	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
9.5	7.8	6.7	6.9	5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-7.1	8.6	12.1	12.0	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
28.2	21.6	10.8	21.7	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.0	-4.4	-4.3	-4.9	0.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
22.7	16.3	10.1	4.9	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.7	3.8	0.5	6.7	6.4	Magasins de marchandises diverses	13
4.9	11.4	7.1	32.3	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-19.6	-16.2	-1.8	22.7	45.7	Autres magasins de produits durables	15
4.2	12.2	0.8	-4.6	-1.3	Autres magasins de vente au détail	16
7.7	8.0	4.2	8.6	8.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
millions of dollars - millions de dollars						
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	14.7	14.1	11.9	13.1	14.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.5	10.3	6.3	6.5	6.4
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.1	3.0	1.6	3.5	4.2
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	62.8	58.4	42.9	54.3	59.2
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	34.5	33.8	28.6	32.0	30.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.7	1.8	1.4	1.7	1.9
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.6	13.6	10.8	10.2	11.6
11	Gasoline service stations	4.1	3.9	4.0	4.1	4.9
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.6	3.8	2.8	4.7	3.1
15	Other durable goods stores	2.1	2.6	1.8	2.7	2.6
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	128.7	130.4	106.4	129.0	118.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.2	1.0	-3.9	-4.9	-8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	121.8	77.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
17.8	18.2	19.8	-5.1	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-3.4	-1.6	-13.9	44.4	23.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
6.0	5.2	0.6	4.8	2.3	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
13.4	10.9	11.8	12.6	13.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-12.2	-11.5	-24.1	-34.5	-25.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
25.5	14.9	5.1	12.4	1.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-16.3	-8.6	-7.8	36.4	92.8	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
16.1	24.3	24.8	24.6	5.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-17.9	7.7	1.2	-2.6	11.4	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	9.3	5.7	10.3	11.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
Per cent - pourcentage				
Trade Group - Canada				
1 Supermarkets and grocery stores	91.3	94.9	95.0	94.8
2 All other food stores	83.6	88.9	87.1	90.8
3 Drugs and patent medicine stores	87.9	89.1	88.7	90.0
4 Shoe stores	90.3	84.9	82.2	92.3
5 Men's clothing stores	92.2	92.7	91.3	92.7
6 Women's clothing stores	85.1	88.8	87.6	88.0
7 Other clothing stores	87.8	92.1	93.7	94.0
8 Household furniture and appliance stores	90.4	92.3	92.3	93.4
9 Household furnishings stores	88.4	90.7	92.6	89.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.2	97.2	97.1	97.3
11 Gasoline service stations	92.9	94.5	94.1	96.0
12 Automotive parts, accessories and services	89.9	91.6	91.7	91.8
13 General merchandise stores	99.0	99.4	89.0	98.8
14 Other semi-durable goods stores	88.5	90.9	91.7	93.7
15 Other durable goods stores	87.5	89.0	88.2	90.8
16 Other retail stores	91.9	96.2	97.0	97.7
17 Total, all stores	92.4	94.6	93.5	95.1
Regions				
18 Newfoundland	95.2	96.6	96.4	96.8
19 Prince Edward Island	88.9	94.5	96.7	96.4
20 Nova Scotia	93.2	96.1	95.0	96.0
21 New Brunswick	92.1	95.9	95.6	96.8
22 Quebec	92.5	94.8	92.1	95.0
23 Ontario	90.3	93.1	91.8	93.6
24 Manitoba	93.8	95.5	96.0	95.7
25 Saskatchewan	95.3	96.0	95.2	95.4
26 Alberta	91.7	94.1	95.0	95.6
27 British Columbia	96.8	97.3	97.1	97.9
28 Yukon	91.6	93.1	93.3	93.4
29 Northwest Territories	91.5	91.3	92.1	88.4

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
2.1	2.0	2.1	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
10.8	10.9	13.5	15.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.8	2.6	2.5	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.5	3.3	3.2	2.8	Magasins de chaussures 4
3.8	4.4	3.9	4.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.9	4.6	4.4	4.8	Magasins de vêtements pour dames 6
6.4	5.2	5.3	6.3	Autres magasins de vêtements 7
3.4	3.2	3.3	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.4	5.3	5.3	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.5	4.1	5.3	5.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.4	3.7	3.8	3.8	Stations-service 11
3.5	3.1	3.2	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.7	0.6	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
3.5	6.9	4.6	4.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.2	2.9	2.7	3.8	Autres magasins de produits durables 15
4.0	3.7	2.1	2.1	Autres magasins de vente au détail 16
1.3	1.2	1.5	1.5	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
2.1	2.5	2.5	2.6	Terre-Neuve 18
2.3	2.2	2.7	2.1	Île-du-Prince-Édouard 19
2.8	2.8	3.1	3.1	Nouvelle-Écosse 20
2.4	2.5	2.6	3.1	Nouveau-Brunswick 21
2.5	2.4	2.4	2.3	Québec 22
2.9	2.6	3.1	3.2	Ontario 23
3.2	2.8	2.5	3.9	Manitoba 24
2.8	2.8	2.7	2.6	Saskatchewan 25
2.3	2.1	6.2	6.4	Alberta 26
2.1	2.3	2.3	2.0	Colombie-Britannique 27
1.7	2.6	1.8	1.8	Yukon 28
1.5	2.3	2.1	1.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	4,144.4	4,170.4	4,139.2	4,160.4	4,138.4	4,181.6	4,202.8
2	All other food stores	346.9	351.6	346.8	343.7	352.0	357.8	359.1
3	Drugs and patent medicine stores	994.8	993.9	974.5	975.5	976.6	979.8	985.2
4	Shoe stores	133.1	145.8	151.2	152.6	158.1	153.7	139.7
5	Men's clothing stores	130.3	131.6	135.0	135.5	137.4	134.6	132.1
6	Women's clothing stores	329.8	343.0	348.3	354.0	381.3	362.7	339.6
7	Other clothing stores	438.0	443.4	436.9	437.9	436.2	438.3	442.0
8	Household furniture and appliance stores	714.8	722.2	728.1	717.3	714.6	720.2	747.0
9	Household furnishings stores	187.9	187.7	183.6	184.6	186.4	187.9	193.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,187.5	4,221.7	4,243.0	4,112.1	4,154.1	4,032.3	3,997.5
11	Gasoline service stations	1,227.5	1,229.5	1,229.7	1,219.5	1,222.5	1,254.4	1,210.1
12	Automotive parts, accessories and service	948.0	956.0	967.4	953.5	963.4	948.2	925.0
13	General merchandise stores	1,894.2	1,879.5	1,897.1	1,894.3	1,909.2	1,881.3	1,849.2
14	Other semi-durable goods stores	579.2	614.1	609.0	605.5	604.0	602.4	596.3
15	Other durable goods stores	451.7	454.2	462.7	469.5	464.6	467.1	477.6
16	Other retail stores	970.3	964.9	961.2	960.5	941.8	952.4	947.0
17	Total, all stores	17,678.5	17,809.5	17,813.6	17,676.2	17,740.5	17,654.5	17,543.7
	Regions							
18	Newfoundland	289.6	291.1	291.3	294.0	290.3	292.3	298.3
19	Prince Edward Island	78.0	78.1	78.0	75.9	77.1	76.2	73.1
20	Nova Scotia	519.8	525.3	530.5	527.3	529.6	538.2	546.2
21	New Brunswick	427.4	433.5	428.5	428.0	424.3	418.6	415.3
22	Quebec	4,221.9	4,201.8	4,156.0	4,132.2	4,078.5	4,090.0	4,124.3
23	Ontario	6,489.7	6,642.1	6,657.5	6,570.3	6,637.0	6,604.8	6,455.8
24	Manitoba	617.4	623.4	614.8	624.0	619.2	617.7	604.8
25	Saskatchewan	574.2	561.8	561.8	560.5	552.2	543.6	538.0
26	Alberta	1,865.0	1,844.4	1,862.3	1,841.7	1,861.2	1,864.9	1,826.1
27	British Columbia	2,534.9	2,547.5	2,571.7	2,561.9	2,610.0	2,548.0	2,601.7
28	Yukon	18.7	18.4	19.0	18.4	18.7	18.3	18.1
29	Northwest Territories	41.9	42.0	42.2	41.8	42.3	42.0	42.1

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	N°
millions of dollars - millions de dollars						
Groupe de commerce - Canada						
4,137.2	4,190.8	4,165.8	4,216.1	4,171.3	4,141.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
354.7	350.2	355.1	339.7	321.4	335.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
974.9	985.2	995.5	993.3	994.3	1,004.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
153.8	147.9	143.1	149.0	150.7	145.1	Magasins de chaussures 4
135.1	146.2	140.0	136.7	132.9	134.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
353.1	352.8	356.8	359.3	350.3	349.9	Magasins de vêtements pour dames 6
440.2	447.9	438.7	433.5	428.6	407.5	Autres magasins de vêtements 7
747.7	763.8	770.8	782.4	745.0	753.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
193.0	193.2	193.6	191.5	194.6	192.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,021.8	4,050.1	4,111.0	4,138.8	4,068.5	4,102.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,190.7	1,186.4	1,137.0	1,184.2	1,185.9	1,171.6	Stations-service 11
967.1	978.0	1,010.0	1,017.9	1,016.1	995.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,852.8	1,857.5	1,854.4	1,836.6	1,806.2	1,814.3	Magasins de marchandises diverses 13
594.2	589.2	596.5	598.1	609.8	611.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
478.7	474.4	489.4	468.4	479.2	465.5	Autres magasins de produits durables 15
896.2	932.9	955.8	919.8	921.3	919.6	Autres magasins de vente au détail 16
17,491.1	17,646.5	17,713.3	17,765.2	17,576.2	17,544.5	Total, ensemble des magasins 17
Régions						
287.1	288.0	285.4	286.1	284.0	287.1	Terre-Neuve 18
73.5	74.4	73.3	73.0	72.4	74.6	Île-du-Prince-Édouard 19
526.2	540.7	543.2	545.1	542.6	541.6	Nouvelle-Écosse 20
408.0	411.1	408.8	419.9	410.9	409.6	Nouveau-Brunswick 21
4,112.1	4,136.2	4,230.9	4,261.8	4,234.6	4,173.8	Québec 22
6,558.7	6,640.5	6,639.6	6,609.3	6,550.9	6,517.0	Ontario 23
598.1	595.5	586.2	595.2	583.8	590.9	Manitoba 24
513.5	532.6	532.0	532.3	531.9	547.1	Saskatchewan 25
1,804.8	1,821.8	1,814.1	1,853.7	1,816.3	1,836.9	Alberta 26
2,550.0	2,547.2	2,541.6	2,530.2	2,491.5	2,508.4	Colombie-Britannique 27
17.9	17.8	17.5	18.2	17.5	17.5	Yukon 28
41.2	40.7	40.6	40.4	39.9	39.9	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
	millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	3,929.1	4,287.3	4,222.8	4,273.4	4,357.3	4,233.9	4,122.3
2 All other food stores	329.7	352.2	358.4	366.3	382.2	369.5	368.8
3 Drugs and patent medicine stores	1,007.0	985.1	971.4	922.6	979.6	974.6	937.4
4 Shoe stores	140.8	163.4	156.4	139.4	165.6	165.1	142.7
5 Men's clothing stores	125.6	125.3	111.4	115.8	146.7	131.7	122.5
6 Women's clothing stores	320.8	366.0	338.0	330.6	393.2	370.7	322.7
7 Other clothing stores	445.6	486.9	454.6	378.2	417.9	394.6	392.2
8 Household furniture and appliance stores	731.2	743.8	732.9	697.9	702.4	654.5	674.7
9 Household furnishings stores	196.9	195.3	193.3	189.7	199.7	192.9	175.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,085.0	4,120.9	4,410.4	4,216.2	5,111.0	5,067.5	4,279.0
11 Gasoline service stations	1,266.1	1,247.2	1,357.5	1,336.9	1,303.5	1,280.5	1,109.7
12 Automotive parts, accessories and service	961.0	935.7	981.5	978.7	1,084.0	1,068.1	902.2
13 General merchandise stores	1,926.0	1,810.8	1,855.6	1,698.8	1,853.2	1,815.6	1,686.0
14 Other semi-durable goods stores	547.2	612.1	641.2	608.3	645.9	682.8	537.8
15 Other durable goods stores	387.6	433.7	476.2	468.6	471.2	454.8	424.2
16 Other retail stores	907.7	976.0	1,016.4	1,034.5	1,017.0	955.2	861.4
17 Total, all stores	17,307.4	17,841.6	18,278.1	17,756.0	19,230.5	18,812.0	17,058.7
Regions							
18 Newfoundland	282.4	292.5	308.9	303.1	313.8	303.0	284.4
19 Prince Edward Island	75.6	79.8	89.2	86.3	87.4	79.5	67.3
20 Nova Scotia	503.8	526.7	547.7	539.5	586.6	564.8	525.1
21 New Brunswick	423.3	441.6	450.1	441.9	465.6	443.0	396.8
22 Quebec	4,101.6	4,210.5	4,297.0	4,165.1	4,508.3	4,581.7	4,200.5
23 Ontario	6,347.5	6,647.0	6,709.8	6,483.6	7,212.3	6,982.2	6,165.8
24 Manitoba	611.4	616.0	626.5	616.9	666.3	643.8	590.0
25 Saskatchewan	578.5	553.1	573.5	561.7	592.1	565.0	517.5
26 Alberta	1,828.3	1,835.8	1,932.0	1,858.3	2,012.3	1,951.7	1,781.2
27 British Columbia	2,496.8	2,579.1	2,678.0	2,633.0	2,717.8	2,634.2	2,472.3
28 Yukon	17.9	18.5	22.0	22.2	22.2	19.8	16.4
29 Northwest Territories	40.2	41.1	43.3	44.3	45.8	43.4	41.2

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year 1995 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
Groupe de commerce - Canada							
4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1	4,071.6	41,143.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
335.3	291.5	291.2	410.9	299.8	326.2	3,445.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
976.9	890.7	947.3	1,248.4	991.3	1,012.8	9,592.6	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
123.3	88.0	107.2	209.9	175.0	160.2	1,391.8	Magasins de chaussures 4
103.5	87.2	105.2	298.3	162.2	137.5	1,175.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
295.8	223.4	249.8	600.8	375.7	353.3	3,211.0	Magasins de vêtements pour dames 6
368.6	281.5	304.4	742.7	487.1	423.4	3,924.7	Autres magasins de vêtements 7
685.2	584.8	645.8	1,145.3	806.4	770.9	6,853.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
177.9	148.4	148.0	237.0	217.7	199.3	1,817.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0	3,934.8	42,112.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2	1,209.4	12,137.9	Stations-service 11
893.0	744.6	836.6	1,134.6	1,122.0	1,002.8	9,385.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8	1,875.9	16,829.1	Magasins de marchandises diverses 13
471.5	416.4	425.0	961.0	650.4	583.1	5,588.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
386.1	336.9	369.4	924.4	483.0	413.0	4,208.8	Autres magasins de produits durables 15
782.2	691.9	695.5	1,445.8	881.5	879.7	8,937.8	Autres magasins de vente au détail 16
16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0	17,354.0	171,753.7	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
271.7	220.5	222.2	369.3	304.7	282.9	2,802.5	Terre-Neuve 18
64.3	55.7	57.9	89.3	72.9	72.7	742.9	Île-du-Prince-Édouard 19
504.5	420.1	438.8	692.9	556.9	536.1	5,157.5	Nouvelle-Écosse 20
383.5	322.3	325.6	517.2	435.5	408.2	4,093.8	Nouveau-Brunswick 21
4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2	4,095.7	40,706.4	Québec 22
6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1	6,455.2	63,619.7	Ontario 23
571.2	480.5	485.1	760.8	606.3	588.4	5,907.7	Manitoba 24
493.7	428.6	447.8	661.6	552.3	549.4	5,311.6	Saskatchewan 25
1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7	1,811.1	17,891.7	Alberta 26
2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	2,496.6	24,932.2	Colombie-Britannique 27
16.3	13.5	13.1	20.4	16.6	17.3	182.0	Yukon 28
40.1	33.1	33.2	48.5	40.3	40.2	405.7	Territoires du Nord-Ouest 29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	96.8	91.3	93.9	87.1	841.7
Prince Edward Island	23.0	24.0	27.5	25.8	219.0
Nova Scotia	167.5	166.0	170.4	158.1	1,528.4
New Brunswick	146.7	141.7	147.9	130.7	1,277.9
Quebec	1,409.7	1,441.3	1,417.9	1,336.5	13,167.3
Ontario	2,129.6	2,213.7	2,126.2	2,006.1	20,150.8
Manitoba	198.8	190.6	201.5	184.7	1,810.3
Saskatchewan	184.7	172.7	180.3	164.5	1,640.0
Alberta	603.1	594.3	633.0	580.8	5,613.5
British Columbia	841.8	859.1	903.6	847.3	8,079.4
Yukon	6.2	6.5	7.4	6.9	58.0
Northwest Territories	20.8	21.2	21.5	21.3	205.1
Total	5,828.7	5,922.4	5,931.2	5,549.9	54,591.4

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	96.8	91.3	93.9	87.1	92.2	87.9	84.3
Prince Edward Island	23.0	24.0	27.5	25.8	24.5	22.9	20.1
Nova Scotia	167.5	166.0	170.4	158.1	165.2	160.5	151.4
New Brunswick	146.7	141.7	147.9	130.7	140.4	134.7	119.1
Quebec	1,409.7	1,441.3	1,417.9	1,336.5	1,478.0	1,479.0	1,327.2
Ontario	2,129.6	2,213.7	2,126.2	2,006.1	2,213.1	2,127.6	1,999.9
Manitoba	198.8	190.6	201.5	184.7	197.6	191.1	180.6
Saskatchewan	184.7	172.7	180.3	164.5	180.9	171.6	161.0
Alberta	603.1	594.3	633.0	580.8	603.8	587.3	547.0
British Columbia	841.8	859.1	903.6	847.3	850.5	846.5	797.8
Yukon	6.2	6.5	7.4	6.9	6.7	5.9	5.1
Northwest Territories	20.8	21.2	21.5	21.3	22.5	22.4	21.6
Total	5,828.7	5,922.4	5,931.2	5,549.9	5,975.5	5,837.3	5,415.2

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-4.9	-3.4	-4.0	-4.3	-2.7	Terre-Neuve
1.0	0.9	0.7	0.6	0.6	Île-du-Prince-Édouard
-2.7	-1.3	2.5	1.7	1.2	Nouvelle-Écosse
2.9	8.9	7.7	3.6	4.3	Nouveau-Brunswick
2.4	4.3	0.6	-0.6	3.4	Québec
-4.6	0.7	-0.4	-1.0	1.9	Ontario
-0.5	5.4	5.6	7.4	4.5	Manitoba
0.8	2.8	2.4	0.3	- -	Saskatchewan
-0.4	1.7	0.5	2.3	0.6	Alberta
-2.6	-0.9	6.5	5.1	3.1	Colombie-Britannique
-0.6	1.5	-0.7	-4.3	-4.2	Yukon
-6.7	6.1	7.2	3.6	3.5	Territoires du Nord-Ouest
-1.7	1.7	1.5	0.8	2.3	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
77.6	64.2	66.4	169.8	127.0	101.8	841.7	Terre-Neuve
18.7	16.1	16.3	37.8	25.8	22.8	219.0	Île-du-Prince-Édouard
142.8	120.3	126.3	304.1	207.1	172.2	1,528.4	Nouvelle-Écosse
115.4	99.2	101.8	229.1	167.0	142.7	1,277.9	Nouveau-Brunswick
1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	1,376.4	13,167.3	Québec
1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6	2,232.9	20,150.8	Ontario
176.0	141.9	147.5	328.4	222.6	199.9	1,810.3	Manitoba
150.4	130.9	143.1	283.7	198.0	183.3	1,640.0	Saskatchewan
533.9	448.9	481.5	1,019.8	680.6	605.2	5,613.5	Alberta
778.1	657.7	696.8	1,399.7	944.6	864.0	8,079.4	Colombie-Britannique
4.9	4.4	4.1	8.6	6.2	6.2	58.0	Yukon
20.0	17.1	16.7	27.4	22.2	22.2	205.1	Territoires du Nord-Ouest
5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5	5,929.5	54,591.4	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,278.1	5.0	15,428.9	3.0
September	118.4	17,841.6	2.4	15,066.8	0.3
October	118.1	17,307.4	-0.3	14,649.7	-2.5
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

		Seasonally adjusted Désaisonnalisé			
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1993:					
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
1994:					
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
1995:					
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.5	0.5	14,907.7	0.5	Juin
118.9	17,676.2	-0.4	14,864.0	-0.3	Juillet
118.8	17,813.6	0.8	14,994.6	0.9	Août
119.1	17,809.5	-	14,953.1	-0.3	Septembre
119.0	17,678.5	-0.7	14,851.8	-0.7	Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPE DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Epicerie (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services
6341 Home and auto supply stores
6342 Tire, battery, parts and accessories stores
6351 Garages (general repairs)
6352 Paint and body repair shops
6353 Muffler replacement shops
6354 Motor vehicle glass replacement shops
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359 Other motor vehicle repair shops
6391 Car washes
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
6411 Department stores
6412 General stores
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
6511 Book and stationery stores
6521 Florist shops
6522 Lawn and garden centres
6531 Hardware stores
6532 Paint, glass and wallpaper stores
6581 Toy and hobby stores
6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
6541 Sporting goods stores
6542 Bicycle shops
6551 Musical instrument stores
6552 Record and tape stores
6561 Jewellery stores
6562 Watch and jewellery repair shops
6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
6021 Liquor stores
6022 Wine stores
6023 Beer stores
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592 Opticians' shops
6593 Art galleries and artists' supply stores
6594 Luggage and leather goods stores
6595 Monument and tombstone dealers
6596 Pet stores
6597 Coin and stamp dealers
6598 Mobile home dealers
6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

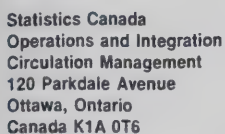
140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 Quincailleries
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Statistics Canada

MAIL TO:



(Please print)

PHONE:

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call:
(613) 951-7277. Please do not send confirmation.

**FAX TO:**

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send
confirmation. A fax will be
treated as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature _____

Expiry Date	
-------------	--

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

 **Purchase Order Number**
(Please enclose)

Authorized Signature

Company		
Department		
Attention	Title	
Address		
City	Province	
	()	()
Postal Code	Phone	Fax
Please ensure that all information is completed.		

[illegible]

Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

GST Registration # R121491807

Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

**GST (7%)
and applicable PST
(Canadian clients only)**

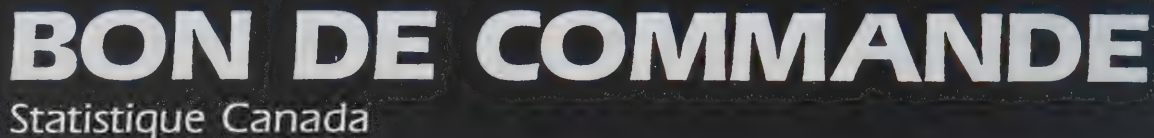
GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistique
Canada

Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT:**

Statistique Canada
Opérations et intégration
Direction de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



INTERNET: order@statcan.ca

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____ Date d'expiration _____

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 **N° du bon de commande**
(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada — Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

**TPS (7 %)
et la TVP en vigueur.
(Clients canadiens seulement)**

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

✓ **Identify
Emerging Trends**

✓ **Define New
Markets**

✓ **Pinpoint Profit
Opportunities**

✓ **Dégagez les
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les
possibilités de profit**

To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

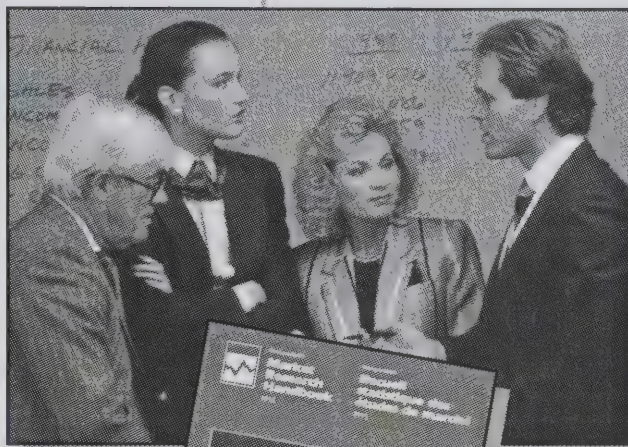
- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
- ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
- ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
- ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration

...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product, Labour Force Productivity, Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST and applicable PST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca



Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS et la TVP en vigueur, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication. Via l'Internet: order@statcan.ca

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- food, clothing and shelter
- transportation
- health and personal care
- recreation
- education
- personal taxes
- security
- gifts and contributions
- household furnishings and operations

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments*.

With *Custom FamEx Tabulations* you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get *Custom FamEx Tabulations* in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- l'alimentation, l'habillement et le logement
- le transport
- les soins personnels et de santé
- les loisirs
- l'éducation
- les impôts personnels
- la sécurité
- les dons et les contributions
- les articles d'ameublement et l'entretien ménager

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages* choisis.

Avec *Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles*, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir *Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles* dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005-XPB Monthly

Retail Trade

November 1995

Catalogue 63-005-XPB Mensuel

Commerce de détail

Novembre 1995



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who
reside outside the local dialing area of any of
the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolinguée et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert
à tous **les utilisateurs qui habitent à l'extérieur
des zones de communication locale** des Centres régio-
naux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

November 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Novembre 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

February 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually
United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually
Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 67, No. 11

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Février 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 67, no. 11

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28
10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1993 Revised Historical Estimates)	30
11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1993 Revised Historical Estimates)	32

Appendix

I. Definitions	31
II. Methodology	33
III. Reliability of Data	37
IV. Seasonal Adjustment	41
V. Trade Group Coverage	43

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1993)	30
11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1993)	32

Appendice

I. Définitions	31
II. Méthodologie	33
III. Fiabilité des données	37
IV. Désaisonnalisation	41
V. Couverture des groupes de commerce	43

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumer spending inched up in November (+0.2%) after declining in October (-0.9%). The sales trend levelled off in 1995, after generally growing from early 1992 to the end of 1994. In fact, sales in November were at virtually the same level in December 1994 and January 1995. From January to November 1995, cumulative sales were 2.8% higher than in the same period of 1994, removing the effect of price changes, the increase was closer to 0.6%.

November brought sales increases in four sectors, which accounted for 59% of total sales. Advancing the most in dollar terms were the automotive (+0.7%) and clothing (+1.2%) sectors. The latest gains were partially offset by lower sales in the food (-0.3%), furniture (-1.0%) and general merchandise (-0.1%) sectors.

Retail sales increased in five of the provinces and territories and decreased in six. After a large 2.5% drop in October, sales in Ontario remained unchanged in November.

Automotive and clothing sectors led the gain

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and services outlets) rose 0.7% after declining 1.2% in October and 0.5% in September. The sales trend has been flat in recent months, following increases during the second and the third quarters.

Within the automotive sector, higher sales in November by retailers of parts, accessories and services and by gasoline service stations more than offset a sales decline posted by new and used motor vehicle dealers. Sales by retailers of automotive parts, accessories and services jumped 4.2%, their strongest monthly change since January 1994. This may be attributable to early heavy snowfalls, which may have drawn more consumers into stores. Sales by new and used motor vehicle dealers declined 0.2% a third consecutive monthly drop.

Sales in the clothing sector rose 1.2% in November after four successive declines. The increase was evident in two of the sector's components.

FAITS SAILLANTS

Les dépenses des consommateurs ont augmenté quelque peu (+0.2%) en novembre après un déclin de 0.9% en octobre. Les ventes ont eu tendance à plafonner en 1995, après une croissance presque continue qui s'est manifestée du début de 1992 à la fin de 1994. En fait, les ventes de novembre sont pratiquement au même niveau qu'en décembre 1994 et janvier 1995. Les ventes cumulatives de janvier à novembre 1995 ont dépassé de 2.8% celles de la même période en 1994; si on exclut l'effet des changements de prix, il s'agit plutôt d'une augmentation de 0.6%.

Le mois de novembre a amené une augmentation des ventes dans quatre secteurs, lesquels représentent 59% des ventes totales. Les hausses les plus fortes, en dollars, ont été enregistrées dans les secteurs de l'automobile (+0.7%) et du vêtement (+1.2%). Ces gains ont été partiellement neutralisés par la baisse des ventes dans les secteurs de l'alimentation (-0.3%), de l'ameublement (-1.0%) et des magasins de marchandises diverses (-0.1%).

Les ventes ont augmenté dans cinq provinces et territoires, alors qu'elles ont fléchi dans six provinces. Après une forte baisse de 2.5% en octobre, les ventes en Ontario sont restées stables en novembre.

Les secteurs de l'automobile et du vêtement ont donné le ton

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont grimpé de 0.7% après avoir enregistré deux baisses mensuelles consécutives (-1.2% en octobre et -0.5% en septembre). La tendance est maintenant statu quo après l'augmentation qui s'est manifestée durant les deuxième et troisième trimestres de 1995.

Dans le secteur de l'automobile, l'augmentation des ventes enregistrée en novembre par les détaillants de pièces, d'accessoires et de services automobiles et par les stations-service a plus que neutralisé le recul subi par les vendeurs de véhicules automobiles neufs et usagés. Les ventes, chez les détaillants de pièces, d'accessoires et de services automobiles, ont fait un bond de 4.2%, ce qui constitue la croissance mensuelle la plus forte depuis janvier 1994. Ce phénomène est attribuable à de fortes chutes de neige qui ont pu attirer un plus grand nombre de consommateurs dans les magasins. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés ont baissé de 0.2%. Il s'agit d'une troisième baisse mensuelle consécutive.

Les ventes dans le secteur du vêtement ont grimpé de 1.2% en novembre après quatre diminutions successives. L'augmentation était évidente dans deux des composantes du secteur.

Sales increased 8.9% in shoe stores and 1.2% in other clothing stores. Sales were down in men's (-3.1%) and women's (-0.3%) clothing stores. This represented the fifth consecutive monthly decline for these two trade groups. It also coincided with store closures that have been affecting the sector since the beginning of 1995. The sales trend in the clothing sector has been declining since May, after growing from January 1994 to April 1995.

In the other stores, drug store sales have been growing since July 1995, after having been on a declining trend since October 1994. In the general merchandise sector, sales have levelled off in recent months, following steady growth since mid-1993. The trend in the furniture sector has been decreasing since February 1995, after strong and steady growth from February 1994. Food sector sales continued on the downward trend observed since April 1995, following generally steady growth since mid-1993.

Provinces at a glance

Quebec's retailers showed the largest sales increase in November in dollar terms: 1.2%, a fifth consecutive monthly gain. As at the national level, the automotive and clothing sectors led the advance. However, these recent gains were not sufficient to offset poor sales at the beginning of 1995. Retail sales for the first 11 months of 1995 were down 0.7%, compared with growth of 2.8% nationally.

Retail sales in Ontario remain virtually unchanged after a decreasing 2.5% in October and 0.2% in September. Higher sales by food, drug and clothing sectors were more than offset by declines in the automotive, furniture and general merchandise sectors.

In Newfoundland and Manitoba, retail sales showed a similar pattern of three declines in the latest four months. In November, sales were down 1.5% in Newfoundland and 1.9% in Manitoba. Despite these recent declines, cumulative sales for the first 11 months of 1995 were up 2.2% in Newfoundland and 5.4% in Manitoba.

Les ventes des magasins de chaussures ont augmenté de 8.9%, alors que celles des autres magasins de vêtements affichaient une hausse de 1.2%. Dans les secteurs du vêtement pour hommes et pour dames, elles ont fléchi respectivement de 3.1% et de 0.3%. Il s'agit de la cinquième diminution mensuelle consécutive pour ces deux groupes et elle coïncide avec les fermetures de magasins qui touchent le secteur depuis le début de 1995. Les ventes dans le secteur du vêtement ont eu tendance à diminuer depuis mai après une croissance continue de janvier 1994 à avril 1995.

Dans les autres commerces, les ventes des pharmacies ont augmenté depuis juillet 1995 après avoir accusé des baisses successives depuis octobre 1994. Dans le secteur des marchandises diverses, les ventes se sont stabilisées au cours des derniers mois après une croissance constante qui se manifeste depuis le milieu de 1993. Dans le secteur de l'ameublement, la tendance est à la baisse depuis février 1995 après une croissance forte et continue remontant à février 1994. Enfin, les ventes des magasins d'alimentation ont poursuivi leur tendance à la baisse observée depuis avril 1995, après la croissance continue généralisée datant de la moitié de l'année 1993.

Résultats provinciaux

En novembre, les détaillants du Québec ont affiché la meilleure performance en dollars. Les ventes ont augmenté de 1.2% en novembre, un cinquième gain mensuel consécutif. Tout comme à l'échelle nationale, les secteurs de l'automobile et du vêtement ont été de la partie. Cependant, cet accroissement n'a toutefois pas été suffisant pour contrebalancer le faible niveau de ventes du début de l'année. Les ventes au détail, pour les 11 premiers mois de 1995, sont en baisse de 0.7% comparativement à la croissance de 2.8% enregistrée à l'échelle nationale.

Les ventes au détail en Ontario n'ont pratiquement pas évolué après les déclinés de 2.5% et de 0.2% enregistrés en octobre et en septembre, respectivement. Par ailleurs, l'augmentation des ventes du secteur de l'alimentation, des médicaments et du vêtement a été plus que neutralisée par les baisses enregistrées dans les secteurs de l'automobile, de l'ameublement et des magasins de marchandises diverses.

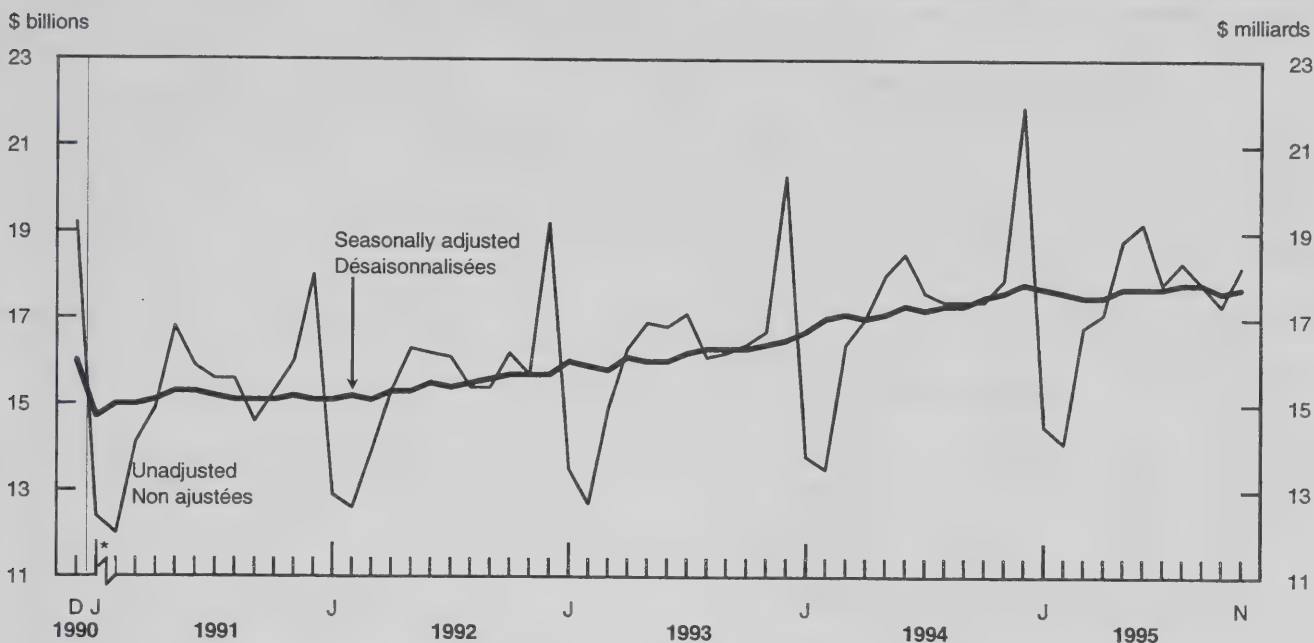
Terre-Neuve et le Manitoba ont accusé tous deux trois diminutions mensuelles au cours des quatre derniers mois. En novembre, les ventes ont baissé de 1.5% à Terre-Neuve et de 1.9% au Manitoba, mais en dépit de ce déclin au cours des derniers mois, les ventes cumulatives pour les 11 premiers mois sont en hausse de 2.2% à Terre-Neuve et de 5.4% au Manitoba.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

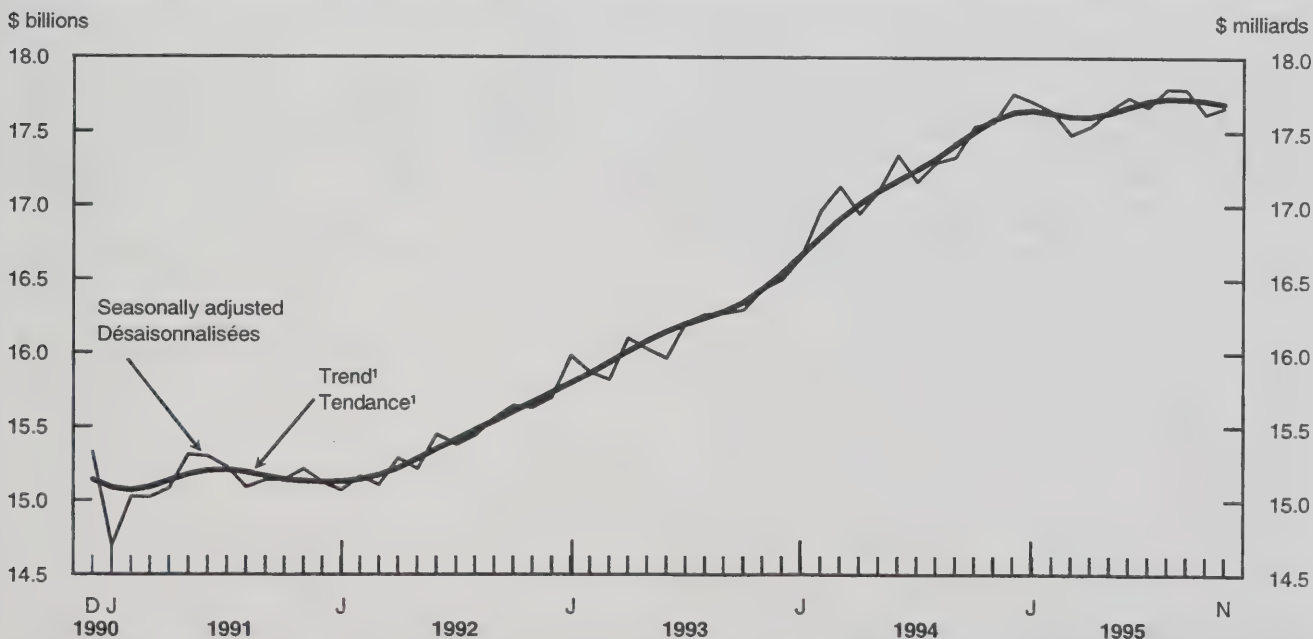
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales – Canada

Ventes au détail – Canada



Data prior to 1991 have been adjusted to remove the Federal Sales Tax to be comparable to January 1991 and subsequent data.

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

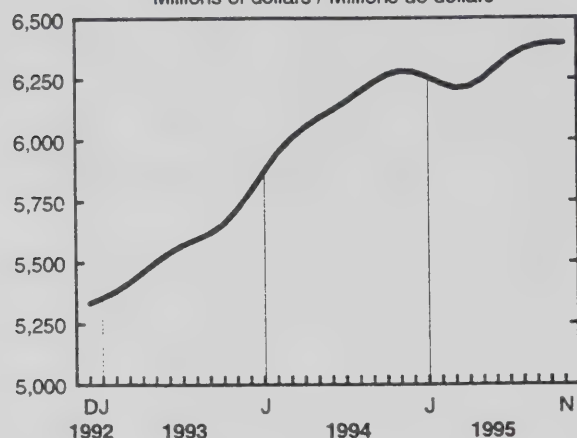
Les données avant 1991 ont été ajustées pour supprimer la taxe de vente fédérale afin qu'elles soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

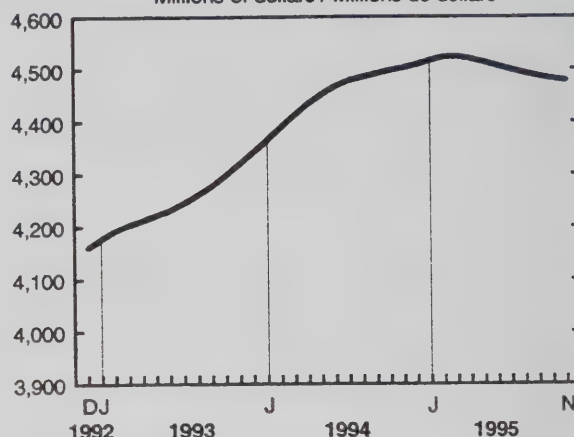
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

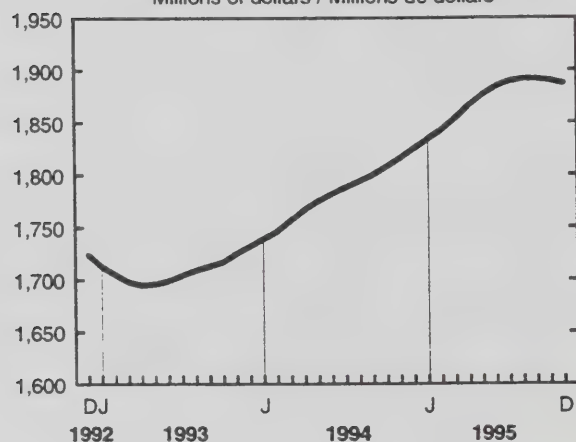
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



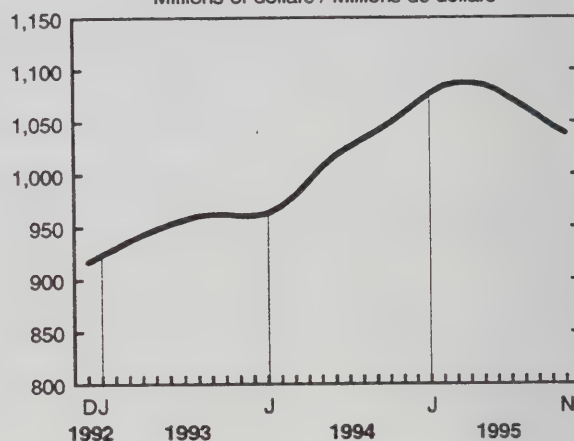
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



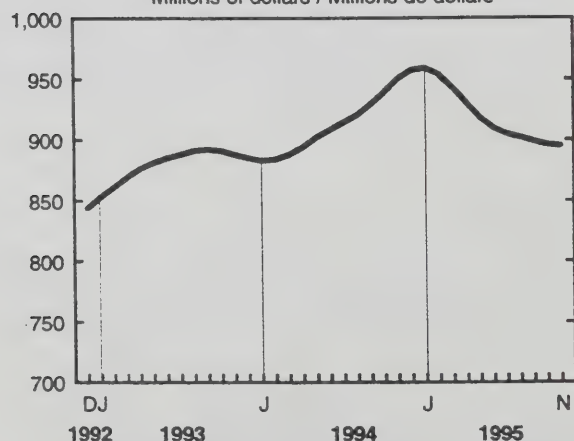
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



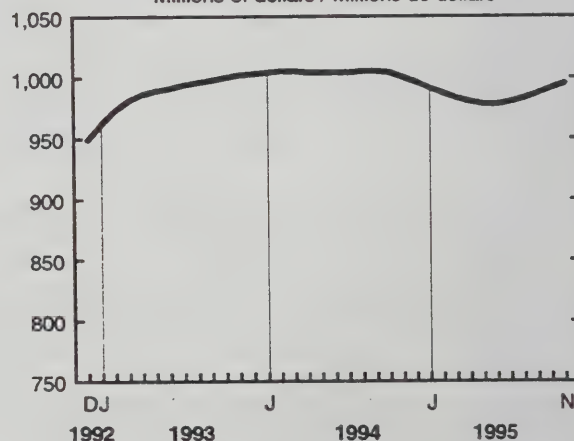
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,130.5	4,144.3	4,166.9	4,136.7	45,755.2	-0.3	-0.5
2	All other food stores	345.2	347.1	351.4	346.7	3,863.0	-0.5	-1.2
3	Drugs and patent medicine stores	997.0	991.6	993.6	974.1	10,828.8	0.5	-0.2
4	Shoe stores	145.8	133.9	145.9	151.3	1,625.8	8.9	-8.2
5	Men's clothing stores	125.5	129.6	130.6	134.2	1,480.7	-3.1	-0.7
6	Women's clothing stores	333.0	334.1	341.6	347.1	3,856.1	-0.3	-2.2
7	Other clothing stores	441.7	436.4	442.5	436.1	4,837.8	1.2	-1.4
8	Household furniture and appliance stores	700.4	709.2	719.6	726.2	8,036.7	-1.2	-1.5
9	Household furnishings stores	187.1	187.1	187.5	183.4	2,077.3	-	-0.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,152.2	4,159.4	4,211.5	4,237.4	45,239.3	-0.2	-1.2
11	Gasoline service stations	1,236.6	1,224.6	1,230.8	1,230.4	13,343.0	1.0	-0.5
12	Automotive parts, accessories and services	982.2	942.8	963.8	970.6	10,604.7	4.2	-2.2
13	General merchandise stores	1,892.0	1,894.7	1,880.0	1,895.9	20,661.3	-0.1	0.8
14	Other semi-durable goods stores	575.0	580.4	610.8	606.5	6,560.8	-0.9	-5.0
15	Other durable goods stores	449.8	449.3	453.0	462.2	5,135.5	0.1	-0.8
16	Other retail stores	980.0	966.0	965.8	961.6	10,460.0	1.5	-
17	Total, all stores	17,674.0	17,630.4	17,795.4	17,800.2	194,366.0	0.2	-0.9
Regions								
18	Newfoundland	284.2	288.7	290.9	290.9	3,190.1	-1.5	-0.8
19	Prince Edward Island	79.6	77.6	78.3	78.0	836.9	2.7	-0.9
20	Nova Scotia	521.5	517.1	525.3	530.0	5,845.5	0.9	-1.6
21	New Brunswick	430.9	425.9	433.8	428.3	4,633.0	1.2	-1.8
22	Quebec	4,267.1	4,215.7	4,211.7	4,159.2	45,758.0	1.2	0.1
23	Ontario	6,463.2	6,464.3	6,629.4	6,640.6	72,304.2	-	-2.5
24	Manitoba	601.4	613.0	621.2	613.5	6,694.8	-1.9	-1.3
25	Saskatchewan	554.6	564.1	559.8	560.0	6,011.0	-1.7	0.8
26	Alberta	1,869.1	1,875.1	1,848.7	1,862.7	20,290.1	-0.3	1.4
27	British Columbia	2,543.6	2,528.2	2,536.1	2,576.1	28,144.3	0.6	-0.3
28	Yukon	18.7	19.2	18.4	19.0	202.1	-2.4	4.1
29	Northwest Territories	40.0	41.6	41.8	42.1	456.1	-3.7	-0.6

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
							Groupe de commerce - Canada
0.7	-0.6	-1.0	0.1	1.2	-0.7	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
1.4	0.9	7.4	3.5	7.2	5.6	14.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.0	-0.1	0.3	-1.3	-1.6	-3.1	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.5	-0.9	-3.3	-7.7	1.9	-5.2	0.2	Magasins de chaussures 4
-2.7	-0.9	-5.6	-3.3	-3.2	-3.4	-5.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
-1.6	-1.9	-4.9	-4.5	-0.2	1.4	5.0	Magasins de vêtements pour dames 6
1.5	-0.4	3.0	7.1	6.1	3.2	12.4	Autres magasins de vêtements 7
-0.9	1.2	-6.0	-5.8	-1.1	0.5	1.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
2.2	-0.6	-3.8	-3.0	-3.0	-4.6	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-0.6	3.0	2.1	1.4	4.3	11.3	5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-	0.9	4.3	4.5	4.2	3.2	2.5	Stations-service 11
-0.7	1.8	-3.3	-5.3	-1.5	-2.2	-2.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-0.8	0.1	4.7	4.4	6.8	2.8	4.9	Magasins de marchandises diverses 13
0.7	0.2	-5.7	-5.1	1.5	-1.1	-0.2	Autres magasins de produits semi-durables 14
-2.0	-1.6	-6.1	-3.5	-0.8	-3.4	-0.2	Autres magasins de produits durables 15
0.4	0.1	6.4	5.0	6.5	7.5	7.5	Autres magasins de vente au détail 16
-	0.7	0.6	0.5	2.7	2.9	2.8	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
-	-1.1	0.1	0.6	1.8	2.4	2.2	Terre-Neuve 18
0.4	2.7	10.0	3.9	8.9	9.1	5.3	Île-du-Prince-Édouard 19
-0.9	0.5	-3.9	-4.5	-1.8	-0.8	-1.2	Nouvelle-Écosse 20
1.3	0.1	4.9	4.0	10.0	7.0	2.7	Nouveau-Brunswick 21
1.3	0.7	0.8	1.0	0.9	-1.3	-0.7	Québec 22
-0.2	1.1	-1.3	-0.8	3.3	4.4	4.1	Ontario 23
1.3	-1.7	3.0	3.8	8.2	5.5	5.4	Manitoba 24
-	-0.1	4.3	3.1	5.6	6.8	4.8	Saskatchewan 25
-0.8	1.1	2.9	2.1	3.8	1.8	1.5	Alberta 26
-1.6	0.6	2.1	0.8	1.1	5.3	6.2	Colombie-Britannique 27
-3.0	3.1	7.3	9.4	5.3	9.3	4.5	Yukon 28
-0.6	0.6	0.3	4.1	6.8	8.3	6.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					
	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	4,027.3	3,935.7	4,287.3	4,222.8	45,177.6
2	All other food stores	321.5	330.3	352.2	358.4	3,767.3
3	Drugs and patent medicine stores	1,008.5	1,002.1	985.1	971.4	10,596.3
4	Shoe stores	169.7	141.6	163.4	156.4	1,562.3
5	Men's clothing stores	153.3	126.9	125.3	111.4	1,329.6
6	Women's clothing stores	353.0	324.0	366.0	338.0	3,567.3
7	Other clothing stores	505.4	439.8	486.9	454.6	4,424.2
8	Household furniture and appliance stores	762.1	727.4	743.8	732.9	7,611.5
9	Household furnishings stores	207.9	195.7	195.3	193.3	2,023.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,896.1	4,099.3	4,120.9	4,410.4	46,022.7
11	Gasoline service stations	1,243.2	1,259.4	1,247.2	1,357.5	13,374.4
12	Automotive parts, accessories and services	1,098.0	954.0	935.7	981.5	10,476.5
13	General merchandise stores	2,378.7	1,929.5	1,810.8	1,855.6	19,211.3
14	Other semi-durable goods stores	609.5	546.2	612.1	641.2	6,196.5
15	Other durable goods stores	459.3	385.3	433.7	476.2	4,665.8
16	Other retail stores	967.8	896.6	976.0	1,016.4	9,894.4
17	Total, all stores	18,161.4	17,293.8	17,841.6	18,278.1	189,901.5
Regions						
18	Newfoundland	304.3	283.8	292.5	308.9	3,108.1
19	Prince Edward Island	81.7	75.1	79.8	89.2	824.1
20	Nova Scotia	545.6	503.3	526.7	547.7	5,702.7
21	New Brunswick	456.7	423.2	441.6	450.1	4,550.5
22	Quebec	4,325.5	4,103.5	4,210.5	4,297.0	45,033.7
23	Ontario	6,757.7	6,322.4	6,647.0	6,709.8	70,352.2
24	Manitoba	624.3	611.3	616.0	626.5	6,531.9
25	Saskatchewan	580.5	572.5	553.1	573.5	5,886.0
26	Alberta	1,904.1	1,850.2	1,835.8	1,932.0	19,817.8
27	British Columbia	2,522.2	2,489.3	2,579.1	2,678.0	27,447.0
28	Yukon	18.0	18.7	18.5	22.0	200.8
29	Northwest Territories	40.8	40.4	41.1	43.3	446.7

TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
1.1	-3.3	2.1	2.7	0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
7.3	1.3	8.0	7.3	13.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1.7	-1.1	-2.3	-2.8	-1.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-3.0	-11.6	2.2	-2.2	0.2	Magasins de chaussures 4
-5.5	-7.8	-1.0	-1.1	-5.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
-6.0	-8.3	0.8	4.8	3.9	Magasins de vêtements pour dames 6
3.7	3.9	7.4	4.8	10.7	Autres magasins de vêtements 7
-5.5	-5.6	-2.6	1.9	1.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-4.5	-1.8	-2.6	-7.5	-1.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
1.2	4.2	3.3	13.1	5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
5.0	4.1	3.0	4.3	2.7	Stations-service 11
-2.1	-4.9	-2.8	-2.0	-2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
5.4	2.9	6.4	4.4	4.9	Magasins de marchandises diverses 13
-6.3	-6.3	3.1	1.7	-0.2	Autres magasins de produits semi-durables 14
-4.9	-6.7	-4.2	-1.1	-0.5	Autres magasins de produits durables 15
9.8	1.9	7.0	10.7	7.5	Autres magasins de vente au détail 16
1.3	-0.3	2.4	5.0	2.7	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
-0.2	0.3	1.8	5.0	2.3	Terre-Neuve 18
12.0	3.3	8.2	12.2	5.9	Île-du-Prince-Édouard 19
-2.0	-6.1	-2.9	0.2	-1.2	Nouvelle-Écosse 20
4.9	3.7	11.4	9.3	3.1	Nouveau-Brunswick 21
3.1	0.2	0.3	0.9	-0.8	Québec 22
-0.6	-2.1	2.9	7.2	3.9	Ontario 23
3.0	3.9	8.1	9.2	5.6	Manitoba 24
5.1	4.2	6.2	9.0	5.0	Saskatchewan 25
2.7	2.2	2.9	3.8	1.4	Alberta 26
1.2	-0.3	1.6	5.5	5.9	Colombie-Britannique 27
8.6	8.1	4.5	7.9	5.0	Yukon 28
1.2	0.6	8.5	10.7	6.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,783.4	12,713.5	11,717.6	12,778.9	12,759.4
2	All other food stores	1,076.9	1,120.5	918.1	1,036.8	1,018.2
3	Drugs and patent medicine stores	2,879.1	2,891.7	2,814.9	3,252.5	2,971.0
4	Shoe stores	459.2	473.3	318.5	545.1	454.7
5	Men's clothing stores	352.6	401.0	295.9	598.0	357.5
6	Women's clothing stores	1,034.7	1,086.6	769.0	1,329.7	1,007.8
7	Other clothing stores	1,319.8	1,204.8	954.5	1,653.2	1,244.4
8	Household furniture and appliance stores	2,174.6	2,031.6	1,915.8	2,722.7	2,192.6
9	Household furnishings stores	578.4	567.6	474.2	654.0	610.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	12,747.5	14,457.5	10,822.3	11,195.3	11,833.4
11	Gasoline service stations	3,941.6	3,693.8	3,236.3	3,576.0	3,824.3
12	Automotive parts, accessories and services	2,895.9	3,054.3	2,474.3	3,259.5	2,991.1
13	General merchandise stores	5,365.1	5,354.8	4,183.1	7,344.0	5,098.2
14	Other semi-durable goods stores	1,861.6	1,866.4	1,312.8	2,194.5	1,834.7
15	Other durable goods stores	1,378.6	1,350.2	1,092.4	1,820.3	1,403.1
16	Other retail stores	3,026.9	2,833.6	2,169.6	3,206.9	2,838.7
17	Total, all stores	53,875.7	55,101.2	45,469.4	57,167.5	52,439.8
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	297.2	288.1	252.8	269.9	289.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	66.7	69.1	66.2	75.8	64.9
4	Shoe stores	5.7	5.4	3.3	7.3	5.7
5	Men's clothing stores	3.0	3.7	2.5	7.7	3.5
6	Women's clothing stores	12.1	12.0	8.2	21.2	13.4
7	Other clothing stores	11.4	9.1	7.2	17.3	9.9
8	Household furniture and appliance stores	24.6	20.9	17.3	37.7	24.3
9	Household furnishings stores	3.5	3.7	2.9	5.0	4.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	165.2	191.0	119.2	119.4	158.3
11	Gasoline service stations	99.4	87.2	76.9	85.8	79.5
12	Automotive parts, accessories and services	41.7	42.8	34.0	44.7	42.4
13	General merchandise stores	106.5	100.8	73.2	167.4	114.0
14	Other semi-durable goods stores	29.8	30.9	20.0	39.7	31.8
15	Other durable goods stores	8.9	8.8	7.2	19.4	11.8
16	Other retail stores	20.0	18.5	15.7	32.1	22.1
17	Total, all stores	904.6	901.2	714.3	956.9	880.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Canada	
0.2	0.9	0.8	3.6	4.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
5.8	22.1	22.5	18.7	16.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-3.1	-2.1	-1.6	-0.5	1.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.0	3.7	1.6	8.9	10.3	Magasins de chaussures	4
-1.4	-6.5	-6.8	-8.6	-5.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.7	9.7	8.8	11.7	4.1	Magasins de vêtements pour dames	6
6.1	13.5	22.3	18.2	12.5	Autres magasins de vêtements	7
-0.8	0.6	10.3	8.0	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-5.3	0.8	3.3	1.4	3.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
7.7	3.1	7.8	13.3	10.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.1	4.5	-1.0	0.3	-0.2	Stations-service	11
-3.2	-3.9	1.6	9.0	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.2	6.3	3.3	5.7	4.3	Magasins de marchandises diverses	13
1.5	1.4	0.9	7.8	10.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.8	-0.1	5.1	6.3	8.9	Autres magasins de produits durables	15
6.6	9.4	7.6	11.7	8.3	Autres magasins de vente au détail	16
2.7	2.9	4.0	7.1	6.1	Total, ensemble des magasins	17
					Terre-Neuve	
2.7	6.8	5.2	-1.8	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.8	5.4	3.8	5.4	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.9	2.9	-10.2	1.1	3.6	Magasins de chaussures	4
-11.8	-5.4	3.9	-4.7	-2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.4	-3.1	0.1	4.2	-2.1	Magasins de vêtements pour dames	6
15.2	12.7	14.3	-44.3	-47.0	Autres magasins de vêtements	7
1.1	0.1	2.3	9.7	-0.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-11.7	4.6	8.8	-3.1	2.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4.4	-0.9	-5.2	5.7	5.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
25.0	21.2	14.6	9.5	-10.9	Stations-service	11
-1.5	-7.0	2.2	-9.2	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-6.6	-2.9	-11.8	6.7	7.8	Magasins de marchandises diverses	13
-6.5	5.9	9.4	26.1	12.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-24.6	-25.4	-27.6	3.3	4.7	Autres magasins de produits durables	15
-9.3	-3.1	-8.4	0.4	-2.1	Autres magasins de vente au détail	16
2.8	3.7	1.7	2.1	2.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	63.4	58.0	50.9	55.2	56.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	17.1	16.2	15.7	16.9	16.7
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.5	3.5	2.1	5.6	6.8
8	Household furniture and appliance stores	5.7	5.5	5.0	7.6	6.7
9	Household furnishings stores	1.4	1.3	1.1	1.9	2.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	47.9	54.9	34.4	40.9	40.7
11	Gasoline service stations	37.3	26.4	21.1	23.1	28.6
12	Automotive parts, accessories and services	11.6	13.2	9.9	14.3	13.8
13	General merchandise stores	23.3	22.2	15.1	32.0	24.0
14	Other semi-durable goods stores	13.7	10.8	7.0	11.1	11.5
15	Other durable goods stores	3.3	2.8	1.9	4.0	2.9
16	Other retail stores	13.7	11.0	8.5	12.5	15.3
17	Total, all stores	255.3	234.2	177.8	235.0	235.1
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	463.5	454.3	419.5	458.5	473.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	112.6	118.7	112.7	127.6	111.8
4	Shoe stores	10.7	10.2	6.2	11.2	9.5
5	Men's clothing stores	6.7	7.0	5.7	12.9	6.3
6	Women's clothing stores	24.3	24.5	18.5	39.6	27.7
7	Other clothing stores	31.2	25.0	20.9	44.9	28.2
8	Household furniture and appliance stores	37.0	35.8	32.7	53.0	41.7
9	Household furnishings stores	15.0	10.9	9.6	16.8	14.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	321.0	418.2	298.7	298.7	336.2
11	Gasoline service stations	124.7	123.0	102.5	124.4	140.1
12	Automotive parts, accessories and services	74.8	78.0	60.0	85.3	76.2
13	General merchandise stores	173.2	167.0	125.1	266.3	171.3
14	Other semi-durable goods stores	53.3	50.2	37.9	70.2	52.4
15	Other durable goods stores	30.5	27.9	20.0	40.8	26.2
16	Other retail stores	108.9	97.1	71.8	109.0	105.7
17	Total, all stores	1,613.9	1,676.5	1,363.4	1,785.9	1,646.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
12.0	14.5	9.3	7.3	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
2.2	0.9	1.9	-4.9	-0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
-4.5	-4.0	-7.5	7.2	30.2	Autres magasins de vêtements	7
-14.2	-9.9	-1.7	-5.9	7.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-43.4	-42.1	-38.0	-20.9	16.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
17.7	3.5	-0.1	13.9	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
30.6	11.8	-5.4	-7.6	-10.4	Stations-service	11
-16.1	-7.7	-4.5	0.4	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.7	2.6	-8.1	-1.4	6.5	Magasins de marchandises diverses	13
19.1	22.5	18.4	6.2	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
12.9	14.5	-6.4	-6.7	-10.5	Autres magasins de produits durables	15
-10.5	-2.3	-1.4	1.7	7.8	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	5.8	0.9	2.5	-0.4	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
-2.1	3.5	8.5	5.1	3.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.7	9.7	1.0	0.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
12.8	14.7	-7.4	-0.3	7.6	Magasins de chaussures	4
5.1	1.0	6.4	-14.8	-9.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-12.3	-7.0	-3.0	-1.7	-0.4	Magasins de vêtements pour dames	6
10.8	13.2	17.2	26.7	21.4	Autres magasins de vêtements	7
-11.2	-6.5	-10.9	-	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.9	-16.9	7.1	31.6	21.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.5	0.7	-4.6	7.4	-1.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-10.9	-11.8	-27.2	-28.5	-22.5	Stations-service	11
-1.9	-9.8	3.3	3.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.1	3.0	-1.7	1.0	-0.3	Magasins de marchandises diverses	13
1.7	4.4	1.6	9.9	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.3	16.0	5.0	0.7	-0.2	Autres magasins de produits durables	15
3.0	3.6	-3.8	0.9	-0.4	Autres magasins de vente au détail	16
-2.0	1.4	-1.1	1.5	-0.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	333.1	316.6	282.4	308.0	319.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	109.4	107.0	101.6	113.6	96.5
4	Shoe stores	9.6	9.5	5.8	10.8	8.3
5	Men's clothing stores	5.2	6.5	4.8	12.5	7.3
6	Women's clothing stores	22.6	23.1	15.7	32.7	23.1
7	Other clothing stores	23.2	15.9	11.9	26.0	18.7
8	Household furniture and appliance stores	40.4	33.6	31.5	51.7	37.2
9	Household furnishings stores	12.5	11.5	8.8	13.2	11.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	311.3	342.3	223.5	232.3	241.9
11	Gasoline service stations	108.0	96.2	94.4	116.1	123.4
12	Automotive parts, accessories and services	81.2	84.7	65.1	90.6	84.3
13	General merchandise stores	137.8	129.8	97.6	203.8	138.7
14	Other semi-durable goods stores	37.2	37.3	23.6	40.9	30.6
15	Other durable goods stores	22.4	20.1	15.1	33.5	22.3
16	Other retail stores	66.2	58.9	44.0	68.0	64.1
17	Total, all stores	1,333.6	1,305.5	1,031.5	1,361.0	1,235.1
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,391.4	3,397.8	3,165.3	3,550.6	3,597.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	640.7	660.2	663.8	741.8	733.3
4	Shoe stores	153.6	160.5	95.3	186.5	150.7
5	Men's clothing stores	84.1	104.3	66.7	144.8	94.6
6	Women's clothing stores	301.3	315.4	211.0	336.1	281.2
7	Other clothing stores	378.2	370.8	264.4	428.2	339.9
8	Household furniture and appliance stores	616.8	603.0	460.3	627.9	561.8
9	Household furnishings stores	148.3	158.9	106.2	145.8	142.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,750.9	3,228.7	2,258.9	2,331.2	2,783.6
11	Gasoline service stations	805.3	753.3	668.4	735.7	755.1
12	Automotive parts, accessories and services	762.1	815.0	608.3	827.2	731.5
13	General merchandise stores	1,117.6	1,145.0	860.8	1,456.9	1,092.1
14	Other semi-durable goods stores	460.5	471.1	329.5	489.9	465.5
15	Other durable goods stores	294.6	295.0	219.7	352.5	273.5
16	Other retail stores	426.2	465.0	352.5	543.0	429.9
17	Total, all stores	12,672.6	13,290.5	10,641.6	13,251.7	12,768.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Nouveau-Brunswick	
4.2	1.0	-9.1	-13.9	-12.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.4	13.5	15.2	24.5	21.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
16.8	18.2	12.1	17.3	19.9	Magasins de chaussures	4
-29.2	-22.0	-12.3	-19.7	-4.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-1.9	6.2	3.2	0.2	0.6	Magasins de vêtements pour dames	6
23.9	2.7	-7.0	-6.1	-9.3	Autres magasins de vêtements	7
8.6	-1.4	2.5	7.8	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
12.4	10.4	15.5	18.9	13.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
28.7	5.7	-7.9	-5.8	-16.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-12.4	-12.0	-1.5	8.0	-	Stations-service	11
-3.6	3.2	14.8	18.5	20.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.7	-7.2	-8.5	3.9	3.4	Magasins de marchandises diverses	13
21.6	20.7	19.6	2.1	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.7	0.8	7.2	20.7	30.2	Autres magasins de produits durables	15
3.3	9.4	4.2	2.5	-7.0	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	2.3	-2.7	-0.2	-4.7	Total, ensemble des magasins	17
					Québec	
-5.7	-5.9	-4.1	2.4	5.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-12.6	-11.4	-4.4	-7.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
1.9	2.7	-0.7	6.4	8.1	Magasins de chaussures	4
-11.1	-10.1	-9.9	-1.9	2.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
7.2	12.3	7.2	15.0	10.0	Magasins de vêtements pour dames	6
11.3	16.3	19.1	17.7	6.8	Autres magasins de vêtements	7
9.8	14.6	22.7	8.0	-1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.9	14.6	18.1	4.0	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-1.2	-10.6	-4.8	2.1	1.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.7	6.6	-5.8	2.1	4.1	Stations-service	11
4.2	-	4.5	6.5	5.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.3	4.0	1.1	7.0	9.7	Magasins de marchandises diverses	13
-1.1	0.9	12.8	16.9	14.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.7	7.4	6.4	17.6	11.3	Autres magasins de produits durables	15
-0.9	2.2	7.0	11.0	6.9	Autres magasins de vente au détail	16
-0.7	-2.7	-0.4	4.9	4.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
		millions of dollars - millions de dollars				
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	4,007.8	4,031.3	3,804.6	4,043.4	3,972.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,112.1	1,129.6	1,077.1	1,247.3	1,130.4
4	Shoe stores	155.4	162.7	118.8	196.6	164.0
5	Men's clothing stores	138.4	162.4	122.7	242.9	141.9
6	Women's clothing stores	372.5	406.3	289.2	519.7	375.7
7	Other clothing stores	470.8	426.3	357.7	624.5	462.6
8	Household furniture and appliance stores	724.5	689.9	724.5	1,015.2	815.2
9	Household furnishings stores	212.6	211.3	183.2	264.5	246.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,028.7	5,629.0	4,381.5	4,684.8	4,503.9
11	Gasoline service stations	1,468.3	1,381.2	1,213.1	1,303.0	1,356.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,067.4	1,163.4	980.0	1,265.1	1,142.8
13	General merchandise stores	1,959.3	1,963.9	1,550.1	2,796.5	1,833.2
14	Other semi-durable goods stores	693.5	674.6	478.2	835.8	648.1
15	Other durable goods stores	506.8	513.6	433.0	730.9	541.3
16	Other retail stores	1,445.0	1,304.0	969.2	1,421.7	1,302.9
17	Total, all stores	19,840.4	20,360.3	17,071.4	21,601.2	19,066.4
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	500.3	492.1	435.6	480.0	478.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	75.1	71.8	65.4	72.9	63.6
4	Shoe stores	12.4	13.0	8.2	13.8	9.8
5	Men's clothing stores	9.2	11.1	8.3	17.5	10.0
6	Women's clothing stores	26.1	28.6	20.8	37.7	29.4
7	Other clothing stores	41.4	37.0	29.5	55.5	38.8
8	Household furniture and appliance stores	64.3	57.5	53.3	82.6	58.6
9	Household furnishings stores	14.9	14.1	12.1	14.7	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	408.7	465.8	333.8	352.7	342.0
11	Gasoline service stations	177.9	176.0	151.9	164.3	170.3
12	Automotive parts, accessories and services	90.3	91.1	65.5	86.7	85.5
13	General merchandise stores	229.0	231.6	188.1	322.8	224.1
14	Other semi-durable goods stores	49.7	47.9	37.3	61.8	45.8
15	Other durable goods stores	54.6	56.9	42.3	71.4	50.3
16	Other retail stores	85.5	80.5	63.5	96.1	76.9
17	Total, all stores	1,859.4	1,900.1	1,536.8	1,955.5	1,721.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage					N°	
					Ontario	
0.9	1.4	3.4	4.6	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.6	1.3	0.4	2.2	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.3	-5.5	-1.9	4.4	7.6	Magasins de chaussures	4
-2.5	-8.8	-7.5	-12.3	-8.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.8	6.9	11.2	11.5	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
1.8	12.7	32.3	21.1	16.2	Autres magasins de vêtements	7
-11.1	-4.9	9.9	4.4	1.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-13.7	-4.4	-0.6	8.2	13.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
11.7	5.8	13.1	16.4	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
8.3	5.9	-0.4	-0.8	-2.7	Stations-service	11
-6.6	-4.4	1.5	11.0	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.9	8.8	6.8	7.7	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
7.0	4.0	-0.4	2.6	9.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.4	-2.7	9.9	7.1	7.5	Autres magasins de produits durables	15
10.9	14.3	10.7	13.6	11.3	Autres magasins de vente au détail	16
4.1	4.6	7.3	8.6	6.4	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
4.5	3.6	-5.3	0.5	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
18.0	12.7	5.9	2.3	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
26.5	24.5	2.1	11.1	-1.1	Magasins de chaussures	4
-8.2	-12.7	-13.5	-18.8	-16.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
-11.4	-10.6	-9.9	-8.5	-9.6	Magasins de vêtements pour dames	6
6.7	7.1	9.7	13.8	14.0	Autres magasins de vêtements	7
9.7	3.2	6.3	6.8	-5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
13.4	6.2	22.0	0.3	2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.5	15.4	7.5	9.7	3.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.4	19.8	11.0	11.4	13.9	Stations-service	11
5.7	-4.4	-9.0	-8.9	-5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.2	3.8	0.8	6.8	3.8	Magasins de marchandises diverses	13
8.5	-7.1	2.6	5.2	-1.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.6	22.0	26.5	26.3	12.9	Autres magasins de produits durables	15
11.2	10.2	0.7	8.1	8.5	Autres magasins de vente au détail	16
8.0	7.9	1.7	5.1	2.7	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	428.3	409.2	355.3	373.7	388.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	84.9	86.6	84.3	108.3	105.2
4	Shoe stores	10.4	12.0	7.4	12.1	9.7
5	Men's clothing stores	6.9	8.3	6.3	14.3	8.2
6	Women's clothing stores	22.6	24.5	17.5	30.3	23.2
7	Other clothing stores	35.2	33.7	24.1	46.1	31.1
8	Household furniture and appliance stores	52.0	47.9	48.9	66.8	48.7
9	Household furnishings stores	16.0	15.7	14.4	20.1	16.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	387.6	407.8	315.4	371.5	327.6
11	Gasoline service stations	154.2	139.5	121.7	132.8	146.5
12	Automotive parts, accessories and services	117.0	128.2	92.1	131.5	126.9
13	General merchandise stores	197.2	202.0	159.3	258.1	181.9
14	Other semi-durable goods stores	53.7	45.9	34.9	60.1	45.9
15	Other durable goods stores	38.7	36.8	27.3	48.7	38.4
16	Other retail stores	71.4	65.7	51.5	77.3	69.2
17	Total, all stores	1,688.4	1,674.6	1,370.1	1,763.4	1,576.9
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,400.5	1,400.5	1,258.2	1,378.9	1,369.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	263.4	252.8	252.9	302.0	262.0
4	Shoe stores	42.3	42.4	29.4	44.9	39.3
5	Men's clothing stores	41.9	39.0	30.7	55.9	31.1
6	Women's clothing stores	97.2	103.0	77.6	137.9	96.3
7	Other clothing stores	154.6	129.6	102.2	185.7	140.4
8	Household furniture and appliance stores	253.4	226.2	234.0	330.0	254.6
9	Household furnishings stores	60.7	52.4	47.0	60.9	59.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,388.4	1,592.2	1,104.2	1,108.0	1,224.2
11	Gasoline service stations	374.7	364.4	325.8	387.7	448.9
12	Automotive parts, accessories and services	308.5	315.9	273.8	392.8	365.9
13	General merchandise stores	557.9	553.7	445.5	758.1	527.4
14	Other semi-durable goods stores	171.7	192.7	125.1	220.3	197.1
15	Other durable goods stores	164.9	146.3	119.8	209.8	174.3
16	Other retail stores	310.7	299.4	233.7	357.5	295.6
17	Total, all stores	5,626.0	5,745.2	4,692.2	5,977.8	5,520.7

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
Saskatchewan						
10.3	6.6	2.7	1.4	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-19.3	-21.1	-20.8	4.5	17.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
7.7	25.3	8.7	27.0	16.3	Magasins de chaussures	4
-16.6	-24.6	-27.4	-10.4	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-2.4	2.5	-0.6	3.2	0.9	Magasins de vêtements pour dames	6
13.2	26.8	12.8	23.8	12.4	Autres magasins de vêtements	7
6.8	7.1	19.9	21.3	24.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
0.1	3.7	10.3	19.3	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.3	12.4	10.1	21.7	12.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
5.3	6.0	7.8	7.1	9.6	Stations-service	11
-7.8	-2.7	1.5	41.0	34.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.4	10.2	7.5	5.4	3.7	Magasins de marchandises diverses	13
17.0	-12.9	-9.7	-4.2	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.7	-10.5	-7.9	-14.2	-8.1	Autres magasins de produits durables	15
3.3	2.8	7.0	-7.6	4.5	Autres magasins de vente au détail	16
7.1	4.5	3.5	9.0	9.1	Total, ensemble des magasins	17
Alberta						
2.3	3.8	-1.2	1.6	4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.6	-5.1	-9.1	-8.7	-6.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
7.6	30.1	23.5	35.4	26.5	Magasins de chaussures	4
34.6	-3.6	-18.7	-24.7	-29.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.9	15.3	12.3	18.9	-10.4	Magasins de vêtements pour dames	6
10.1	11.9	15.8	20.0	16.7	Autres magasins de vêtements	7
-0.4	-10.4	1.8	2.7	-4.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
2.1	-5.7	-10.6	-11.1	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.4	5.4	3.7	10.6	22.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-16.5	-9.6	-3.2	1.4	4.5	Stations-service	11
-15.7	-16.8	-2.8	18.0	14.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.8	7.0	3.9	2.7	-0.2	Magasins de marchandises diverses	13
-12.9	-3.1	-18.5	-4.1	4.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.4	-2.6	5.9	6.9	9.8	Autres magasins de produits durables	15
5.1	9.1	6.5	24.1	9.1	Autres magasins de vente au détail	16
1.9	1.3	0.2	5.4	6.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,848.8	1,817.5	1,652.5	1,815.6	1,768.3
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	390.9	373.4	369.4	439.4	379.4
4	Shoe stores	56.5	55.5	42.9	59.5	56.1
5	Men's clothing stores	55.0	56.8	46.9	86.4	52.5
6	Women's clothing stores	151.2	144.7	107.5	169.0	133.0
7	Other clothing stores	163.6	150.5	132.0	214.9	163.7
8	Household furniture and appliance stores	350.7	306.7	304.4	444.9	339.9
9	Household furnishings stores	91.9	86.6	87.8	109.7	99.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,915.6	2,103.7	1,735.5	1,638.9	1,856.9
11	Gasoline service stations	577.1	533.9	450.3	492.5	561.4
12	Automotive parts, accessories and services	333.5	313.8	280.1	315.8	315.9
13	General merchandise stores	810.8	785.2	624.3	1,024.5	743.2
14	Other semi-durable goods stores	290.8	298.4	214.8	356.5	298.6
15	Other durable goods stores	248.5	237.0	202.7	303.4	255.6
16	Other retail stores	468.2	423.3	351.8	479.0	446.5
17	Total, all stores	7,890.0	7,824.4	6,721.0	8,095.9	7,611.3
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	49.2	47.9	40.5	45.0	44.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.0	1.3	0.9	1.4	1.1
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	5.1	4.6	4.0	5.1	4.0
9	Household furnishings stores	1.4	1.2	1.1	1.5	1.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	22.1	23.9	17.2	16.8	18.0
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	52.6	53.6	44.0	57.6	48.4
14	Other semi-durable goods stores	7.7	6.8	4.5	8.1	7.4
15	Other durable goods stores	5.3	5.2	3.3	5.7	6.6
16	Other retail stores	11.0	10.1	7.6	10.7	10.6
17	Total, all stores	191.4	188.8	149.3	183.3	177.6

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
4.6	7.4	6.9	10.9	8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.0	3.5	2.2	2.5	5.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.8	8.3	3.9	14.1	16.6	Magasins de chaussures	4
4.7	13.9	15.7	12.5	16.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
13.7	21.5	13.9	15.5	12.9	Magasins de vêtements pour dames	6
-0.1	11.6	19.8	22.4	19.3	Autres magasins de vêtements	7
3.2	-1.7	5.3	21.3	13.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-7.6	-2.8	0.7	-13.8	-13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.2	16.5	24.1	30.3	28.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
2.8	10.2	7.5	1.5	-0.2	Stations-service	11
5.6	2.2	0.3	-3.1	-4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
9.1	7.4	3.1	2.3	6.2	Magasins de marchandises diverses	13
-2.6	-0.2	-0.3	19.5	18.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-2.8	-3.8	-5.6	-6.5	10.3	Autres magasins de produits durables	15
4.9	7.1	6.4	8.6	6.7	Autres magasins de vente au détail	16
3.7	8.8	9.6	11.4	11.8	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
9.5	7.8	6.7	6.9	5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-7.1	8.6	12.1	12.0	-2.3	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
28.2	21.6	10.8	21.7	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
3.0	-4.4	-4.3	-4.9	0.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
22.7	16.3	10.1	4.9	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.7	3.8	0.5	6.7	6.4	Magasins de marchandises diverses	13
4.9	11.4	7.1	32.3	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-19.6	-16.2	-1.8	22.7	45.7	Autres magasins de produits durables	15
4.2	12.2	0.8	-4.6	-1.3	Autres magasins de vente au détail	16
7.7	8.0	4.2	8.6	8.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	14.7	14.1	11.9	13.1	14.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3	2.1
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.5	10.3	6.3	6.5	6.4
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.1	3.0	1.6	3.5	4.2
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	62.8	58.4	42.9	54.3	59.2
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	34.5	33.8	28.6	32.0	30.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.7	1.8	1.4	1.7	1.9
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.6	13.6	10.8	10.2	11.6
11	Gasoline service stations	4.1	3.9	4.0	4.1	4.9
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.6	3.8	2.8	4.7	3.1
15	Other durable goods stores	2.1	2.6	1.8	2.7	2.6
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	128.7	130.4	106.4	129.0	118.4

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	Quarter 3 1994 Trimestre 3		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
1.2	1.0	-3.9	-4.9	-8.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	121.8	77.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
17.8	18.2	19.8	-5.1	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-3.4	-1.6	-13.9	44.4	23.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
6.0	5.2	0.6	4.8	2.3	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
13.4	10.9	11.8	12.6	13.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
-12.2	-11.5	-24.1	-34.5	-25.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
25.5	14.9	5.1	12.4	1.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-16.3	-8.6	-7.8	36.4	92.8	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
16.1	24.3	24.8	24.6	5.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-17.9	7.7	1.2	-2.6	11.4	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
8.6	9.3	5.7	10.3	11.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	92.7	94.2	94.9	95.0
2	All other food stores	82.5	87.3	88.9	87.1
3	Drugs and patent medicine stores	87.2	89.6	89.1	88.7
4	Shoe stores	86.9	96.3	84.9	82.2
5	Men's clothing stores	89.3	92.3	92.7	91.3
6	Women's clothing stores	76.4	86.8	88.8	87.6
7	Other clothing stores	86.7	91.5	92.1	93.7
8	Household furniture and appliance stores	91.0	91.7	92.3	92.3
9	Household furnishings stores	85.4	89.6	90.7	92.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.2	96.5	97.2	97.1
11	Gasoline service stations	86.5	94.9	94.5	94.1
12	Automotive parts, accessories and services	88.4	90.9	91.6	91.7
13	General merchandise stores	99.1	98.8	99.4	89.0
14	Other semi-durable goods stores	86.9	90.3	90.9	91.7
15	Other durable goods stores	85.8	89.4	89.0	88.2
16	Other retail stores	93.9	95.3	96.2	97.0
17	Total, all stores	91.7	94.2	94.6	93.5
Regions					
18	Newfoundland	94.6	95.7	96.6	96.4
19	Prince Edward Island	90.6	92.7	94.5	96.7
20	Nova Scotia	92.8	95.7	96.1	95.0
21	New Brunswick	93.8	95.9	95.9	95.6
22	Quebec	93.0	94.7	94.8	92.1
23	Ontario	88.6	92.3	93.1	91.8
24	Manitoba	91.3	94.5	95.5	96.0
25	Saskatchewan	95.3	96.6	96.0	95.2
26	Alberta	92.1	94.1	94.1	95.0
27	British Columbia	95.7	97.2	97.3	97.1
28	Yukon	89.3	87.8	93.1	93.3
29	Northwest Territories	90.1	91.6	91.3	92.1

TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
2.1	2.0	2.0	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
10.1	10.4	10.9	13.5	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.7	2.8	2.6	2.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.2	3.3	3.3	3.2	Magasins de chaussures 4
4.0	3.6	4.4	3.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.4	3.3	4.6	4.4	Magasins de vêtements pour dames 6
5.6	6.0	5.2	5.3	Autres magasins de vêtements 7
3.2	3.2	3.2	3.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.6	5.3	5.3	5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.2	4.6	4.1	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.2	3.3	3.7	3.8	Stations-service 11
3.8	3.5	3.1	3.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.7	0.7	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
3.1	3.4	6.9	4.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.2	3.2	2.9	2.7	Autres magasins de produits durables 15
5.3	2.2	3.7	2.1	Autres magasins de vente au détail 16
1.2	1.3	1.2	1.5	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
2.1	2.2	2.5	2.5	Terre-Neuve 18
3.4	3.1	2.2	2.7	Île-du-Prince-Édouard 19
2.2	2.8	2.8	3.1	Nouvelle-Écosse 20
2.3	2.3	2.5	2.6	Nouveau-Brunswick 21
2.3	2.5	2.4	2.4	Québec 22
2.5	2.9	2.6	3.1	Ontario 23
2.1	3.1	2.8	2.5	Manitoba 24
2.5	2.8	2.8	2.7	Saskatchewan 25
2.4	2.9	2.1	6.2	Alberta 26
1.7	2.0	2.3	2.3	Colombie-Britannique 27
1.1	1.2	2.6	1.8	Yukon 28
1.8	1.5	2.3	2.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,130.5	4,144.3	4,166.9	4,136.7	4,160.4	4,138.4	4,181.6
2 All other food stores	345.2	347.1	351.4	346.7	343.7	352.0	357.8
3 Drugs and patent medicine stores	997.0	991.6	993.6	974.1	975.5	976.6	979.8
4 Shoe stores	145.8	133.9	145.9	151.3	152.6	158.1	153.7
5 Men's clothing stores	125.5	129.6	130.6	134.2	135.5	137.4	134.6
6 Women's clothing stores	333.0	334.1	341.6	347.1	354.0	381.3	362.7
7 Other clothing stores	441.7	436.4	442.5	436.1	437.9	436.2	438.3
8 Household furniture and appliance stores	700.4	709.2	719.6	726.2	717.3	714.6	720.2
9 Household furnishings stores	187.1	187.1	187.5	183.4	184.6	186.4	187.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,152.2	4,159.4	4,211.5	4,237.4	4,112.1	4,154.1	4,032.3
11 Gasoline service stations	1,236.6	1,224.6	1,230.8	1,230.4	1,219.5	1,222.5	1,254.4
12 Automotive parts, accessories and service	982.2	942.8	963.8	970.6	953.5	963.4	948.2
13 General merchandise stores	1,892.0	1,894.7	1,880.0	1,895.9	1,894.3	1,909.2	1,881.3
14 Other semi-durable goods stores	575.0	580.4	610.8	606.5	605.5	604.0	602.4
15 Other durable goods stores	449.8	449.3	453.0	462.2	469.5	464.6	467.1
16 Other retail stores	980.0	966.0	965.8	961.6	960.5	941.8	952.4
17 Total, all stores	17,674.0	17,630.4	17,795.4	17,800.2	17,676.2	17,740.5	17,654.5
Regions							
18 Newfoundland	284.2	288.7	290.9	290.9	294.0	290.3	292.3
19 Prince Edward Island	79.6	77.6	78.3	78.0	75.9	77.1	76.2
20 Nova Scotia	521.5	517.1	525.3	530.0	527.3	529.6	538.2
21 New Brunswick	430.9	425.9	433.8	428.3	428.0	424.3	418.6
22 Quebec	4,267.1	4,215.7	4,211.7	4,159.2	4,132.2	4,078.5	4,090.0
23 Ontario	6,463.2	6,464.3	6,629.4	6,640.6	6,570.3	6,637.0	6,604.8
24 Manitoba	601.4	613.0	621.2	613.5	624.0	619.2	617.7
25 Saskatchewan	554.6	564.1	559.8	560.0	560.5	552.2	543.6
26 Alberta	1,869.1	1,875.1	1,848.7	1,862.7	1,841.7	1,861.2	1,864.9
27 British Columbia	2,543.6	2,528.2	2,536.1	2,576.1	2,561.9	2,610.0	2,548.0
28 Yukon	18.7	19.2	18.4	19.0	18.4	18.7	18.3
29 Northwest Territories	40.0	41.6	41.8	42.1	41.8	42.3	42.0

TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,202.8	4,137.2	4,190.8	4,165.8	4,216.1	4,171.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
359.1	354.7	350.2	355.1	339.7	321.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
985.2	974.9	985.2	995.5	993.3	994.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
139.7	153.8	147.9	143.1	149.0	150.7	Magasins de chaussures	4
132.1	135.1	146.2	140.0	136.7	132.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
339.6	353.1	352.8	356.8	359.3	350.3	Magasins de vêtements pour dames	6
442.0	440.2	447.9	438.7	433.5	428.6	Autres magasins de vêtements	7
747.0	747.7	763.8	770.8	782.4	745.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
193.5	193.0	193.2	193.6	191.5	194.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,997.5	4,021.8	4,050.1	4,111.0	4,138.8	4,068.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,210.1	1,190.7	1,186.4	1,137.0	1,184.2	1,185.9	Stations-service	11
925.0	967.1	978.0	1,010.0	1,017.9	1,016.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,849.2	1,852.8	1,857.5	1,854.4	1,836.6	1,806.2	Magasins de marchandises diverses	13
596.3	594.2	589.2	596.5	598.1	609.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
477.6	478.7	474.4	489.4	468.4	479.2	Autres magasins de produits durables	15
947.0	896.2	932.9	955.8	919.8	921.3	Autres magasins de vente au détail	16
17,543.7	17,491.1	17,646.5	17,713.3	17,765.2	17,576.2	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
298.3	287.1	288.0	285.4	286.1	284.0	Terre-Neuve	18
73.1	73.5	74.4	73.3	73.0	72.4	Île-du-Prince-Édouard	19
546.2	526.2	540.7	543.2	545.1	542.6	Nouvelle-Écosse	20
415.3	408.0	411.1	408.8	419.9	410.9	Nouveau-Brunswick	21
4,124.3	4,112.1	4,136.2	4,230.9	4,261.8	4,234.6	Québec	22
6,455.8	6,558.7	6,640.5	6,639.6	6,609.3	6,550.9	Ontario	23
604.8	598.1	595.5	586.2	595.2	583.8	Manitoba	24
538.0	513.5	532.6	532.0	532.3	531.9	Saskatchewan	25
1,826.1	1,804.8	1,821.8	1,814.1	1,853.7	1,816.3	Alberta	26
2,601.7	2,550.0	2,547.2	2,541.6	2,530.2	2,491.5	Colombie-Britannique	27
18.1	17.9	17.8	17.5	18.2	17.5	Yukon	28
42.1	41.2	40.7	40.6	40.4	39.9	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
	millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,027.3	3,935.7	4,287.3	4,222.8	4,273.4	4,357.3	4,233.9
2 All other food stores	321.5	330.3	352.2	358.4	366.3	382.2	369.5
3 Drugs and patent medicine stores	1,008.5	1,002.1	985.1	971.4	922.6	979.6	974.6
4 Shoe stores	169.7	141.6	163.4	156.4	139.4	165.6	165.1
5 Men's clothing stores	153.3	126.9	125.3	111.4	115.8	146.7	131.7
6 Women's clothing stores	353.0	324.0	366.0	338.0	330.6	393.2	370.7
7 Other clothing stores	505.4	439.8	486.9	454.6	378.2	417.9	394.6
8 Household furniture and appliance stores	762.1	727.4	743.8	732.9	697.9	702.4	654.5
9 Household furnishings stores	207.9	195.7	195.3	193.3	189.7	199.7	192.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,896.1	4,099.3	4,120.9	4,410.4	4,216.2	5,111.0	5,067.5
11 Gasoline service stations	1,243.2	1,259.4	1,247.2	1,357.5	1,336.9	1,303.5	1,280.5
12 Automotive parts, accessories and service	1,098.0	954.0	935.7	981.5	978.7	1,084.0	1,068.1
13 General merchandise stores	2,378.7	1,929.5	1,810.8	1,855.6	1,698.8	1,853.2	1,815.6
14 Other semi-durable goods stores	609.5	546.2	612.1	641.2	608.3	645.9	682.8
15 Other durable goods stores	459.3	385.3	433.7	476.2	468.6	471.2	454.8
16 Other retail stores	967.8	896.6	976.0	1,016.4	1,034.5	1,017.0	955.2
17 Total, all stores	18,161.4	17,293.8	17,841.6	18,278.1	17,756.0	19,230.5	18,812.0
Regions							
18 Newfoundland	304.3	283.8	292.5	308.9	303.1	313.8	303.0
19 Prince Edward Island	81.7	75.1	79.8	89.2	86.3	87.4	79.5
20 Nova Scotia	545.6	503.3	526.7	547.7	539.5	586.6	564.8
21 New Brunswick	456.7	423.2	441.6	450.1	441.9	465.6	443.0
22 Quebec	4,325.5	4,103.5	4,210.5	4,297.0	4,165.1	4,508.3	4,581.7
23 Ontario	6,757.7	6,322.4	6,647.0	6,709.8	6,483.6	7,212.3	6,982.2
24 Manitoba	624.3	611.3	616.0	626.5	616.9	666.3	643.8
25 Saskatchewan	580.5	572.5	553.1	573.5	561.7	592.1	565.0
26 Alberta	1,904.1	1,850.2	1,835.8	1,932.0	1,858.3	2,012.3	1,951.7
27 British Columbia	2,522.2	2,489.3	2,579.1	2,678.0	2,633.0	2,717.8	2,634.2
28 Yukon	18.0	18.7	18.5	22.0	22.2	22.2	19.8
29 Northwest Territories	40.8	40.4	41.1	43.3	44.3	45.8	43.4

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2	3,985.1	45,177.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
368.8	335.3	291.5	291.2	410.9	299.8	3,767.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2
937.4	976.9	890.7	947.3	1,248.4	991.3	10,596.3	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
142.7	123.3	88.0	107.2	209.9	175.0	1,562.3	Magasins de chaussures	4
122.5	103.5	87.2	105.2	298.3	162.2	1,329.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
322.7	295.8	223.4	249.8	600.8	375.7	3,567.3	Magasins de vêtements pour dames	6
392.2	368.6	281.5	304.4	742.7	487.1	4,424.2	Autres magasins de vêtements	7
674.7	685.2	584.8	645.8	1,145.3	806.4	7,611.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
175.0	177.9	148.4	148.0	237.0	217.7	2,023.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5	3,849.0	46,022.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5	1,184.2	13,374.4	Stations-service	11
902.2	893.0	744.6	836.6	1,134.6	1,122.0	10,476.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3	2,256.8	19,211.3	Magasins de marchandises diverses	13
537.8	471.5	416.4	425.0	961.0	650.4	6,196.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
424.2	386.1	336.9	369.4	924.4	483.0	4,665.8	Autres magasins de produits durables	15
861.4	782.2	691.9	695.5	1,445.8	881.5	9,894.4	Autres magasins de vente au détail	16
17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5	17,927.0	189,901.5	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
284.4	271.7	220.5	222.2	369.3	304.7	3,108.1	Terre-Neuve	18
67.3	64.3	55.7	57.9	89.3	72.9	824.1	Île-du-Prince-Édouard	19
525.1	504.5	420.1	438.8	692.9	556.9	5,702.7	Nouvelle-Écosse	20
396.8	383.5	322.3	325.6	517.2	435.5	4,550.5	Nouveau-Brunswick	21
4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8	4,195.2	45,033.7	Québec	22
6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9	6,799.1	70,352.2	Ontario	23
590.0	571.2	480.5	485.1	760.8	606.3	6,531.9	Manitoba	24
517.5	493.7	428.6	447.8	661.6	552.3	5,886.0	Saskatchewan	25
1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9	1,853.7	19,817.8	Alberta	26
2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	2,493.4	27,447.0	Colombie-Britannique	27
16.4	16.3	13.5	13.1	20.4	16.6	200.8	Yukon	28
41.2	40.1	33.1	33.2	48.5	40.3	446.7	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	120.2	97.3	91.3	93.9	962.4
Prince Edward Island	27.0	22.7	24.0	27.5	245.6
Nova Scotia	208.3	167.1	166.0	170.4	1,736.3
New Brunswick	182.0	147.3	141.7	147.9	1,460.4
Quebec	1,530.8	1,403.1	1,441.3	1,417.9	14,691.5
Ontario	2,484.7	2,130.6	2,213.7	2,126.2	22,636.4
Manitoba	224.7	199.0	190.6	201.5	2,035.2
Saskatchewan	197.9	181.0	172.7	180.3	1,834.3
Alberta	687.1	604.3	594.3	633.0	6,301.8
British Columbia	917.6	839.3	859.1	903.6	8,994.5
Yukon	6.1	6.2	6.5	7.4	64.2
Northwest Territories	21.0	20.7	21.2	21.5	226.1
Total	6,607.5	5,818.5	5,922.4	5,931.2	61,188.6

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	120.2	97.3	91.3	93.9	87.1	92.2	87.9
Prince Edward Island	27.0	22.7	24.0	27.5	25.8	24.5	22.9
Nova Scotia	208.3	167.1	166.0	170.4	158.1	165.2	160.5
New Brunswick	182.0	147.3	141.7	147.9	130.7	140.4	134.7
Quebec	1,530.8	1,403.1	1,441.3	1,417.9	1,336.5	1,478.0	1,479.0
Ontario	2,484.7	2,130.6	2,213.7	2,126.2	2,006.1	2,213.1	2,127.6
Manitoba	224.7	199.0	190.6	201.5	184.7	197.6	191.1
Saskatchewan	197.9	181.0	172.7	180.3	164.5	180.9	171.6
Alberta	687.1	604.3	594.3	633.0	580.8	603.8	587.3
British Columbia	917.6	839.3	859.1	903.6	847.3	850.5	846.5
Yukon	6.1	6.2	6.5	7.4	6.9	6.7	5.9
Northwest Territories	21.0	20.7	21.2	21.5	21.3	22.5	22.4
Total	6,607.5	5,818.5	5,922.4	5,931.2	5,549.9	5,975.5	5,837.3

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-5.3	-4.4	-3.4	-4.0	-3.0	Terre-Neuve
4.5	-0.4	0.9	0.7	0.9	Île-du-Prince-Édouard
0.6	-3.0	-1.3	2.5	1.1	Nouvelle-Écosse
9.0	3.3	8.9	7.7	4.9	Nouveau-Brunswick
3.2	1.9	4.3	0.6	3.3	Québec
-1.4	-4.6	0.7	-0.4	1.6	Ontario
1.0	-0.5	5.4	5.6	4.1	Manitoba
-0.1	-1.2	2.8	2.4	-0.2	Saskatchewan
1.0	-0.2	1.7	0.5	0.6	Alberta
-2.9	-2.9	-0.9	6.5	2.4	Colombie-Britannique
-1.7	-0.5	1.5	-0.7	-3.9	Yukon
-5.3	-6.7	6.1	7.2	2.6	Territoires du Nord-Ouest
- -	-1.9	1.7	1.5	2.0	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
84.3	77.6	64.2	66.4	169.8	127.0	962.4	Terre-Neuve
20.1	18.7	16.1	16.3	37.8	25.8	245.6	Île-du-Prince-Édouard
151.4	142.8	120.3	126.3	304.1	207.1	1,736.3	Nouvelle-Écosse
119.1	115.4	99.2	101.8	229.1	167.0	1,460.4	Nouveau-Brunswick
1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0	1,483.9	14,691.5	Québec
1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6	2,520.6	22,636.4	Ontario
180.6	176.0	141.9	147.5	328.4	222.6	2,035.2	Manitoba
161.0	150.4	130.9	143.1	283.7	198.0	1,834.3	Saskatchewan
547.0	533.9	448.9	481.5	1,019.8	680.6	6,301.8	Alberta
797.8	778.1	657.7	696.8	1,399.7	944.6	8,994.5	Colombie-Britannique
5.1	4.9	4.4	4.1	8.6	6.2	64.2	Yukon
21.6	20.0	17.1	16.7	27.4	22.2	226.1	Territoires du Nord-Ouest
5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0	6,605.5	61,188.6	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,278.1	5.0	15,428.9	3.0
September	118.4	17,841.6	2.4	15,066.8	0.3
October	118.1	17,293.8	-0.3	14,637.4	-2.6
November	118.3	18,161.4	1.3	15,355.7	-0.3
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1993:
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.5	0.5	14,907.7	0.5	Juin
118.9	17,676.2	-0.4	14,864.0	-0.3	Juillet
118.8	17,800.2	0.7	14,984.8	0.8	Août
119.1	17,795.4	-	14,944.4	-0.3	Septembre
119.0	17,630.4	-0.9	14,814.8	-1.1	Octobre
118.8	17,674.0	0.2	14,875.7	0.4	Novembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
 6331 Gasoline service stations
120 Automotive Parts, Accessories and Services
 6341 Home and auto supply stores
 6342 Tire, battery, parts and accessories stores
 6351 Garages (general repairs)
 6352 Paint and body repair shops
 6353 Muffler replacement shops
 6354 Motor vehicle glass replacement shops
 6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
 6359 Other motor vehicle repair shops
 6391 Car washes
 6399 Other motor vehicle services, n.e.c.
130 General Merchandise Stores
 6411 Department stores
 6412 General stores
 6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)
140 Other Semi-Durable Goods Stores
 6511 Book and stationery stores
 6521 Florist shops
 6522 Lawn and garden centres
 6531 Hardware stores
 6532 Paint, glass and wallpaper stores
 6581 Toy and hobby stores
 6582 Gift, novelty and souvenir stores
150 Other Durable Goods Stores
 6541 Sporting goods stores
 6542 Bicycle shops
 6551 Musical instrument stores
 6552 Record and tape stores
 6561 Jewellery stores
 6562 Watch and jewellery repair shops
 6571 Camera and photographic supply stores
160 Other Retail Stores
 6021 Liquor stores
 6022 Wine stores
 6023 Beer stores
 6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
 6592 Opticians' shops
 6593 Art galleries and artists' supply stores
 6594 Luggage and leather goods stores
 6595 Monument and tombstone dealers
 6596 Pet stores
 6597 Coin and stamp dealers
 6598 Mobile home dealers
 6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
 6331 Stations-service
120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
 6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
 6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
 6351 Garages (réparations générales)
 6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
 6353 Ateliers de remplacement de silencieux
 6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
 6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
 6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
 6391 Lave-autos
 6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 Magasins de marchandises diverses
 6411 Magasins à rayons
 6412 Magasins généraux
 6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Autres magasins de produits semi-durables
 6511 Librairies et papeteries
 6521 Fleuristes
 6522 Centres de jardinage
 6531 quincailleries
 6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
 6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
 6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Autres magasins de produits durables
 6541 Magasins d'articles de sport
 6542 Magasins de bicyclettes
 6551 Magasins d'instruments de musique
 6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
 6561 Bijouteries
 6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
 6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Autres magasins de vente au détail
 6021 Magasins de spiritueux
 6022 Magasins de vin
 6023 Magasins de bière
 6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
 6592 Opticiens
 6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
 6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
 6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
 6596 Magasins d'animaux de maison
 6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
 6598 Marchands de maisons mobiles
 6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

SERVICES INDICATORS

For and About Businesses Serving the Business of Canada...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, *Services Indicators* brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing **timely** updates on performance and developments in:

- Communications
- Finance, Insurance and Real Estate
- Business Services

Services Indicators brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, *Services Indicators* gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to *Services Indicators* for **current** information on these industries ... both **at-a-glance** and **in more detail than has ever been available before** – all in one unique publication.

If **your** business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, *Services Indicators* is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

Order YOUR subscription to *Services Indicators* today!

Services Indicators (catalogue no. 63-0160XPB) is \$112 (plus 7% GST and applicable PST) in Canada, US\$135 in the United States and US\$157 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States [1-613-951-7277 elsewhere] and charge to your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca



INDICATEURS DES SERVICES

Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur **ESSENTIEL!**

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez **maintenant** ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre *Indicateurs des services*. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada **pénètre dans un domaine inexploré**, fournissant des aperçus **opportuns** du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

- Communications
- Finance, assurance et immobilier
- Services aux entreprises

Indicateurs des services rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de l'extrant – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, *Indicateurs des services* brosse pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter *Indicateurs des services* pour trouver des renseignements **courants** sur ces branches d'activité... tant sous une **forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert** – et ce, dans une même publication.

Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, *Indicateurs des services* représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à *Indicateurs des services*!

Indicateurs des services (n° 63-0160XPB au catalogue) coûte 112 \$ (plus 7 % de TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 135 \$ US aux États-Unis et 157 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-613-951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs, au 1-613-951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard.

Via l'Internet: order@statcan.ca

DID YOU KNOW...

THAT DATA FROM THE SURVEY OF FAMILY EXPENDITURES CAN BE TAILORED TO MEET YOUR SPECIFIC NEEDS?

Custom FamEx Tabulations offer you a detailed snapshot of Canadians' expenditures by highly defined socio-demographic and geographic variables. You'll get customized and cross-tabulated data from this important survey to your exacting specifications on a wide range of expenditures such as:

- | | |
|------------------------------|--|
| • food, clothing and shelter | • personal taxes |
| • transportation | • security |
| • health and personal care | • gifts and contributions |
| • recreation | • household furnishings and operations |
| • education | |

Expenditures can be cross-referenced by *household income, metropolitan area, age, dwelling owned or rented, household composition, or other selected household segments.*

With **Custom FamEx Tabulations** you can track your current and target your potential markets with precision, segment characteristics of family spending patterns with ease and identify purchasing trends. As well, Tabulations can be retrieved to determine the socio-demographic profiles of the purchasers of specific goods and services. You can also get **Custom FamEx Tabulations** in the medium of your choice – paper or diskette.

Unsure of what you need or where to start?

Contact your nearest Regional Office listed on the inside cover of this publication. Our consultants can help you define your information needs and recommend products and services to meet them.

Call a Statistics Canada consultant today ... and turn data into information.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES PEUVENT ÊTRE PRÉSENTÉES AFIN DE RÉPONDRE À VOS BESOINS PARTICULIERS?

Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles vous offrent un cliché détaillé des dépenses des Canadiens selon des variables socio-démographiques et géographiques fort bien définies. Vous obtiendrez, de cette enquête importante, des données personnalisées sous forme de tableaux et selon vos propres spécifications pour un large éventail de dépenses, notamment :

- | | |
|--|---|
| • l'alimentation, l'habillement et le logement | • les impôts personnels |
| • le transport | • la sécurité |
| • les soins personnels et de santé | • les dons et les contributions |
| • les loisirs | • les articles d'ameublement et l'entretien ménager |
| • l'éducation | |

Ces dépenses peuvent être jumelées au *revenu des ménages, à la région métropolitaine, à l'âge, au mode d'occupation du logement, à la composition du ménage, ou à d'autres segments de ménages choisis.*

Avec **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles**, vous pouvez cerner vos marchés actuels et cibler vos marchés potentiels avec précision, segmenter les caractéristiques des dépenses des familles avec facilité et identifier les tendances des achats. De plus, des tableaux peuvent être produits afin de déterminer les profils socio-démographiques des consommateurs de produits et services particuliers. Vous pouvez également obtenir **Les tableaux personnalisés sur les dépenses des familles** dans le médium de votre choix, soit sur papier ou sur disquette.

Incertain(e) de ce dont vous avez besoin ou par où commencer?

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près figurant à l'endos de la page de couverture de cette publication. Nos conseillers peuvent vous aider à définir vos besoins en information et vous recommander les produits et services rencontrant ces besoins.

Téléphonez à un expert-conseil de Statistique Canada dès aujourd'hui ... et transformez les données en information.



Catalogue 63-005-XPB Monthly

Retail Trade

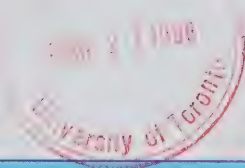
December 1995

Catalogue 63-005-XPB Mensuel

Commerce de détail

Décembre 1995

Government
Publications



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users^{*} who
reside outside the local dialing area of any of
the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert
à tous **les utilisateurs qui habitent à l'extérieur
des zones de communication locale** des Centres régio-
naux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

December 1995

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Décembre 1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

March 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 67, No. 12

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mars 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 67, no. 12

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28

Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Retail sales in December remained virtually unchanged from October and November 1995. Consumers spent \$17.6 billion in retail stores in December, a 0.1% increase from November. However, December 1995 sales were 1.0% lower than in December 1994. While there was no overall change in December, some sectors grew while others declined. The slight monthly growth, in dollar terms, came mostly from food sector (+1.0%), where sales increased following two consecutive monthly declines. Sales were also higher in the drug (+1.1%) and automotive (+0.1%) sectors. These latest gains were partly offset by lower sales in other sectors, mainly in the other retail (-2.0%) and clothing (-1.1%) sectors.

Eight provinces posted monthly sales increases. The largest increases in dollar terms were recorded in Ontario (+0.3%) and Nova Scotia (+2.2%). Quebec (-0.4%) and Alberta (-0.6%) posted the largest declines.

Annual 1995 (based on unadjusted data)

Retail sales increased 2.1% in 1995 to \$211.2 billion. Sales have risen every year since 1991, with the annual increases growing stonger each year until 1995 (+2.1% in 1992, +4.8% in 1993 and +6.7% in 1994). As reported in the media, consumers have been cautious about spending in 1995 because of lower consumer confidence resulting from weak employment growth, high debt levels and a squeeze on incomes.

More than half of 1995's gain came from the automotive sector (which includes motor vehicle and recreational vehicle dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and services outlets) which accounted for 35% of all retail sales. Sales in this sector advanced 3.3%, substantially lower than 1994's solid 10.0% increase. Motor vehicle and recreational vehicle dealers led the sector with a gain of 4.9% following a 13.8% gain in 1994.

Besides the growth in the automotive sector, sales were also higher in the general merchandise (+4.3%), clothing (+3.0%) and other retail (+2.2%) sectors. The growth in the clothing sector followed a strong 7.1% gain in 1994. Consumers bought more of their clothes in unisex and family clothing stores and in department stores.

After good performances in 1992 and 1993 (+9.5% and +10.9% respectively), sales by

FAITS SAILLANTS

Les ventes au détail n'ont presque pas bougé en décembre; elles sont demeurées au même niveau que celui atteint en octobre et novembre 1995. En décembre, les consommateurs ont dépensé \$17.6 milliards dans les magasins de détail, ce qui constitue une hausse de 0.1% par rapport à novembre. Toutefois, ce chiffre représentait une diminution de 1.0% par rapport au niveau de décembre 1994. Malgré l'absence de croissance en décembre, certains secteurs ont enregistré des hausses de leurs ventes tandis que d'autres affichaient des diminutions. La faible croissance mensuelle, en dollars, a touché surtout le secteur de l'alimentation (+1.0%), qui avait connu auparavant deux mois consécutifs de déclin. En outre, les ventes étaient plus élevées dans les secteurs des médicaments (+1.1%) et de l'automobile (+0.1%). Ces derniers gains ont été annulés par des ventes plus faibles dans d'autres secteurs, surtout ceux des autres magasins de ventes au détail (-2.0%) et des magasins de vêtements (-1.1%).

Les ventes mensuelles ont augmenté dans huit provinces. Les plus fortes hausses en dollars sont survenues en Ontario (+0.3%) et en Nouvelle-Écosse (+2.2%). En décembre, les plus fortes baisses ont eu lieu au Québec (-0.4%) et en Alberta (-0.6%).

Données annuelles non désaisonnalisées

Les ventes au détail ont augmenté de 2.1% en 1995, pour atteindre \$211.2 milliards. De 1991 à 1994, elles avaient augmenté chaque année de façon croissante (+2.1% en 1992, +4.8% en 1993 et +6.7% en 1994). Comme il a été rapporté dans les médias, les consommateurs ont fait preuve de prudence dans leurs dépenses; leur confiance avait baissé en raison d'une faible croissance de l'emploi, de niveaux d'endettement élevés et d'un resserrement des revenus.

En 1995, plus de la moitié de la hausse des ventes était due au secteur de l'automobile (concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, stations-service et détaillants de pièces, d'accessoires et de services) qui s'est emparé de 35% de toutes les ventes au détail. Ce secteur a connu une progression de 3.3% de ses ventes et demeure en baisse marquée par rapport à la forte hausse de 10.0% en 1994. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont enregistré la plus forte hausse du secteur, soit 4.9% cette année, et ce, après un gain de 13.8% en 1994.

Outre la croissance du secteur de l'automobile, les ventes ont également été à la hausse dans les secteurs des marchandises diverses (+4.3%), du vêtement (+3.0%) et des autres magasins de ventes au détail (+2.2%). Dans le secteur du vêtement, cette croissance suivait un gain important de 7.1% en 1994. Ceci donne à penser que les consommateurs ont acheté davantage de vêtements dans les magasins unisexes et familiaux et dans les magasins à rayons.

Après une bonne performance en 1992 et en 1993 (+9.5% et +10.9%, respectivement), les ventes des

drug stores slowed in 1994 (+1.2%) and fell in 1995 (-1.6%). Factors affecting the sector's slowdown in these last two years included provincial legislation that prohibits drug stores from selling tobacco products and fierce competition from discount stores and supermarkets for sales of various pharmaceutical products. Also, mail order purchases of pharmaceutical products became more popular in 1995.

Western Provinces posted the strongest growth

In 1995, the western provinces posted the strongest growth in retail sales for the third year in a row. Sales rose 3.7% in 1995, surpassing the national average of 2.1%. The advance in 1995 followed increases in the western provinces of 8.4% and 6.2% in 1994 and 1993 respectively. The strength in the West came from British Columbia, Manitoba and Saskatchewan. Alberta showed only a small increase of 1.1% over 1994.

Retailers in British Columbia reported the strongest sales growth (+5.2%), as they benefitted from higher sales by the automotive, general merchandise, and clothing sectors. In the automotive sector, sales by motor vehicles and recreational vehicle dealers dominated the gain with an increase of 10.7% in 1995 after a strong 21.1% gain in 1994.

Manitoba recorded growth of 4.9% in 1995 as retailers in the automotive (+9.1%) and other retail sectors (+6.2%) had a good year. Only the clothing sector reported a decline (-1.1%). Manitoba and Prince Edward Island were the only two provinces to report a higher rate of growth than in 1994.

In the Atlantic provinces, sales advanced 0.9% in 1995 after a 1.1% gain in 1994. Prince Edward Island had the strongest sales growth east of Quebec. New Brunswick and Newfoundland also contributed to the overall gain. For the first time since 1991, retailers in Nova Scotia were hit hard as the sales declined 1.6%. The drop was due entirely to sales declines in the furniture and automotive sectors.

Quebec retailers recorded lower sales (-1.1%) in 1995. This followed three years of increases in retail sales. The food, drug, and automotive sectors were the biggest sources of the decline in 1995. Sales in food sector, which represented one-third of total sales, declined 5.1%. This reflects a consumer shift towards stores classified outside the food sector that also sell food. This shift mostly affected independent grocers, some of whom closed stores or went bankrupt in 1995.

pharmacies ont ralenti en 1994 (+1.2) et elles ont baissé en 1995 (-1.6%). Au cours de ces deux dernières années, parmi les facteurs qui ont entraîné le ralentissement du secteur, on retrouve les lois provinciales qui interdisent aux pharmacies de vendre des produits du tabac ainsi qu'une concurrence féroce de la part des magasins d'escompte et des supermarchés pour la vente de divers produits pharmaceutiques. En outre, les achats de ces produits par la poste sont devenus plus populaires en 1995.

Les provinces de l'Ouest affichent la plus forte croissance

En 1995, pour la troisième année consécutive, les provinces de l'Ouest ont connu la plus forte hausse des ventes au détail. Ces dernières ont augmenté de 3.7%, soit plus que la moyenne nationale de 2.1%. En 1993 et en 1994, respectivement, les provinces de l'Ouest avaient inscrit des hausses de 6.2% et de 8.4%. La Colombie-Britannique, le Manitoba et la Saskatchewan se sont partagé la plus grande partie de cette croissance, tandis que l'Alberta n'a connu qu'une faible hausse de 1.1% par rapport à l'année précédente.

Les détaillants de la Colombie-Britannique ont connu la plus forte hausse des ventes (+5.2%) notamment dans les secteurs de l'automobile, des magasins de marchandises diverses et du vêtement. Dans le secteur de l'automobile, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont affiché la plus forte hausse, soit 10.7% en 1995, après avoir inscrit une forte augmentation de 21.1% en 1994.

Au Manitoba, la croissance a été de 4.9% en 1995; les détaillants des secteurs de l'automobile (+9.1%) et des autres magasins de ventes au détail (+6.2%) y ont connu une bonne année. Seul le secteur du vêtement a accusé une baisse de 1.1% cette année. L'Île-du-Prince-Édouard et le Manitoba sont les deux seules provinces qui ont enregistré en 1995 un taux de croissance plus élevé qu'en 1994.

Dans les provinces de l'Atlantique, les ventes ont progressé de 0.9% en 1995, après un gain de 1.1% en 1994. La croissance la plus forte à l'est du Québec est survenue à l'Île-du-Prince-Édouard. Le Nouveau-Brunswick et Terre-Neuve ont également contribué aux gains généraux. Pour la première fois depuis 1991, les détaillants de la Nouvelle-Écosse ont connu une mauvaise année, alors que les ventes ont diminué de 1.6%. Cette baisse est entièrement due au déclin des ventes des secteurs de l'ameublement et de l'automobile.

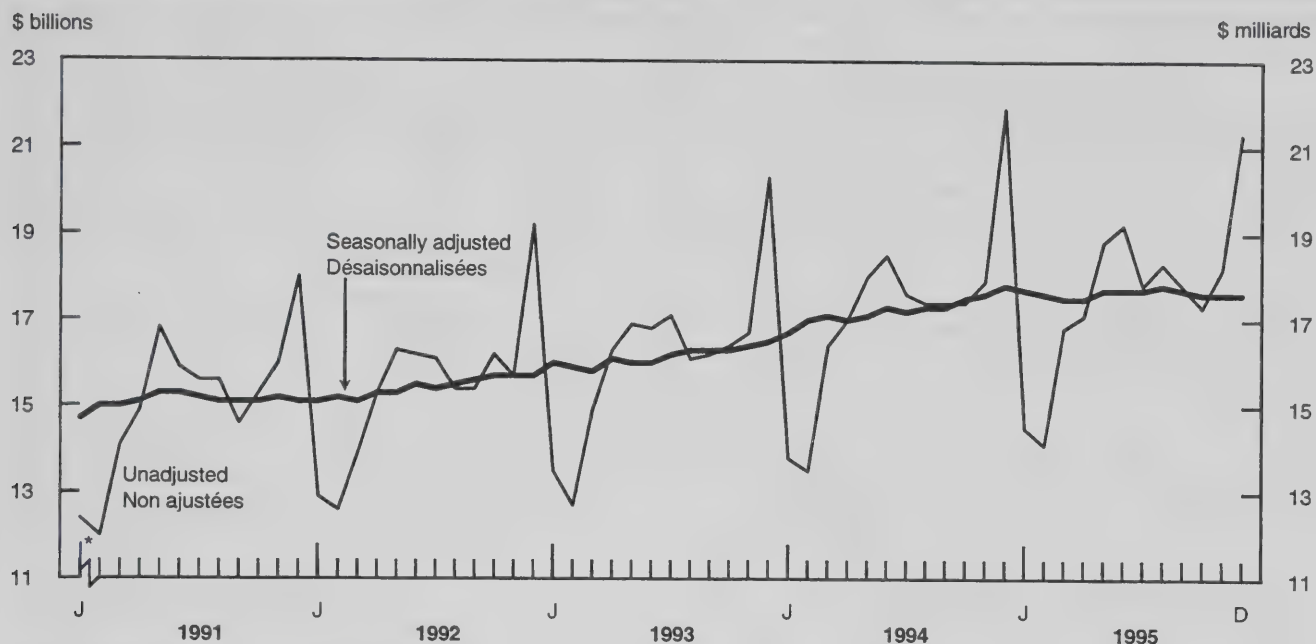
En 1995, les détaillants du Québec ont enregistré des ventes plus faibles (-1.1%) et ce, après trois années de hausses consécutives. Les secteurs de l'alimentation, des médicaments et de l'automobile ont été les plus importants facteurs du déclin. Les ventes du secteur de l'alimentation, qui représentent le tiers du total, ont diminué de 5.1%. Cette situation découle d'une tendance des consommateurs à favoriser davantage des magasins non classés dans ce secteur qui vendent également de la nourriture. Ce déplacement des achats a surtout touché les détaillants indépendants dont certains ont fermé boutique ou on fait faillite en 1995.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada



* Prior to 1991, data includes Federal Sales Tax. Its successor, the Goods and Services Tax is not included in the 1991 and later data.

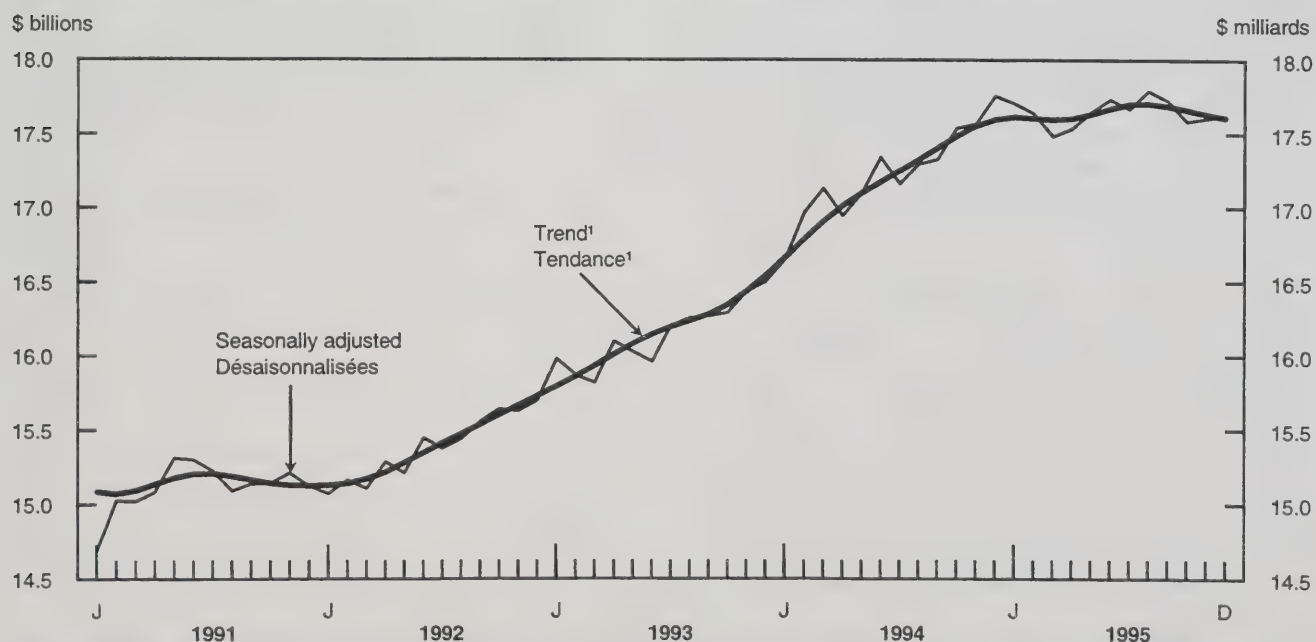
* Avant 1991, les données incluent la taxe de vente fédérale. La taxe sur les produits et services qui lui a succédé n'est pas incluse en 1991 et dans les données ultérieures.

Chart 2

Graphique 2

Retail Sales – Canada

Ventes au détail – Canada



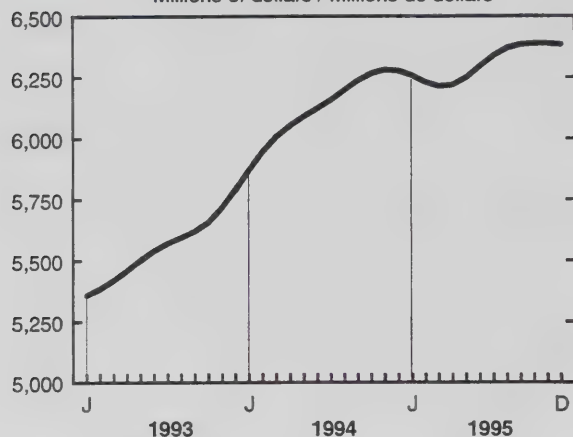
¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

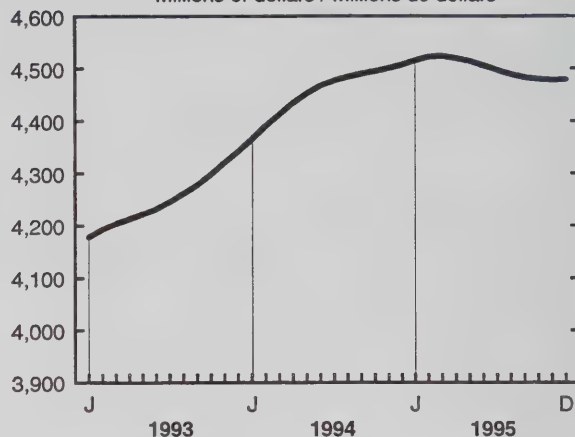
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

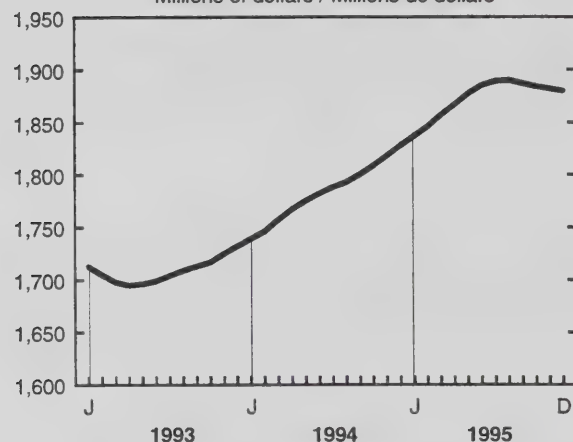
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



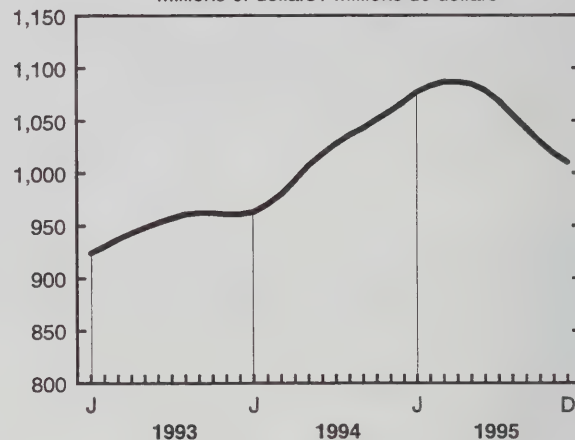
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



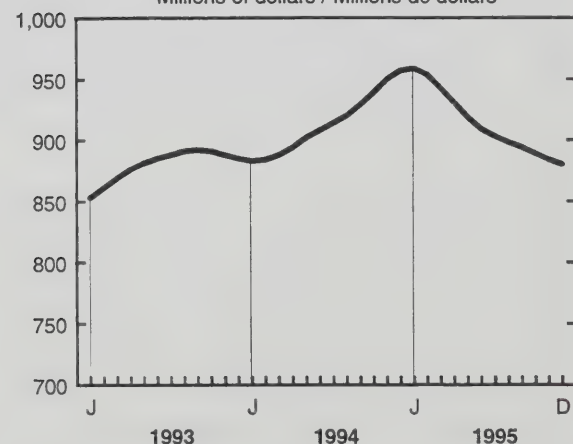
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



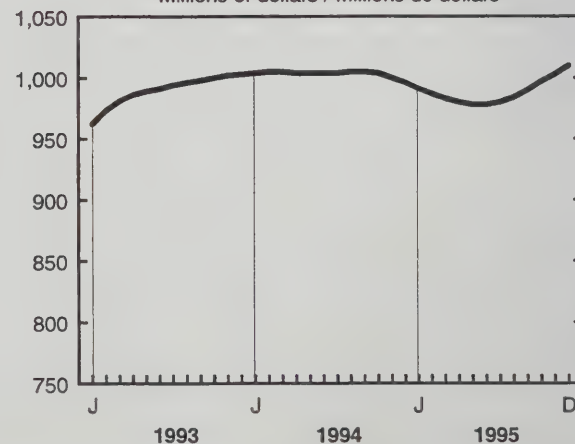
Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,140.4	4,101.6	4,123.8	4,147.2	49,826.6	0.9	-0.5
2	All other food stores	344.4	340.8	344.4	348.9	4,197.7	1.1	-1.1
3	Drugs and patent medicine stores	1,013.2	1,001.9	993.3	994.8	11,849.9	1.1	0.9
4	Shoe stores	135.3	143.0	132.4	143.9	1,755.0	-5.4	8.0
5	Men's clothing stores	123.9	123.5	128.2	129.3	1,600.0	0.3	-3.7
6	Women's clothing stores	323.4	323.1	326.2	333.9	4,154.1	0.1	-0.9
7	Other clothing stores	427.9	432.5	425.0	432.2	5,234.9	-1.1	1.8
8	Household furniture and appliance stores	687.2	684.9	695.1	706.2	8,680.8	0.3	-1.5
9	Household furnishings stores	190.1	189.6	186.8	187.1	2,269.3	0.2	1.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,144.3	4,152.7	4,172.3	4,200.6	49,386.0	-0.2	-0.5
11	Gasoline service stations	1,268.0	1,227.0	1,229.2	1,234.6	14,609.8	3.3	-0.2
12	Automotive parts, accessories and services	961.1	985.9	937.5	955.4	11,555.7	-2.5	5.2
13	General merchandise stores	1,880.5	1,876.9	1,885.3	1,872.1	22,509.3	0.2	-0.4
14	Other semi-durable goods stores	572.4	569.4	574.9	606.6	7,117.9	0.5	-0.9
15	Other durable goods stores	441.2	444.6	443.5	445.1	5,557.9	-0.8	0.3
16	Other retail stores	936.2	975.4	954.2	954.8	11,368.8	-4.0	2.2
17	Total, all stores	17,589.6	17,572.9	17,552.0	17,692.8	211,673.5	0.1	0.1
Regions								
18	Newfoundland	279.9	285.0	287.2	288.9	3,467.3	-1.8	-0.8
19	Prince Edward Island	79.5	79.9	77.9	78.4	917.0	-0.6	2.6
20	Nova Scotia	531.3	520.1	517.5	524.3	6,374.7	2.2	0.5
21	New Brunswick	433.9	433.4	426.9	433.8	5,070.3	0.1	1.5
22	Quebec	4,210.6	4,227.5	4,197.5	4,186.0	49,885.3	-0.4	0.7
23	Ontario	6,445.9	6,424.7	6,422.8	6,579.9	78,620.6	0.3	-
24	Manitoba	605.1	600.4	612.2	619.5	7,296.4	0.8	-1.9
25	Saskatchewan	556.2	555.2	561.5	556.9	6,562.2	0.2	-1.1
26	Alberta	1,848.9	1,859.2	1,869.4	1,839.2	22,114.0	-0.6	-0.5
27	British Columbia	2,537.0	2,528.5	2,518.2	2,525.5	30,645.7	0.3	0.4
28	Yukon	19.3	19.0	19.3	18.5	221.9	2.0	-1.9
29	Northwest Territories	42.0	40.0	41.6	41.7	498.0	4.9	-3.9

TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
-0.6	0.3	-1.8	-1.7	-0.4	0.8	0.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-1.3	0.6	1.4	6.0	2.7	6.5	12.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-0.1	2.1	2.0	0.8	-1.1	-1.5	-1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-8.0	-4.9	-9.2	-5.1	-8.8	0.5	-0.9	Magasins de chaussures 4
-0.8	-3.7	-9.3	-7.1	-4.3	-4.1	-5.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
-2.3	-3.8	-10.0	-7.7	-6.8	-2.4	3.0	Magasins de vêtements pour dames 6
-1.7	-0.9	-1.3	0.9	4.3	3.7	10.5	Autres magasins de vêtements 7
-1.6	-2.7	-12.2	-8.1	-7.7	-2.9	0.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-0.2	2.0	-0.7	-2.5	-3.1	-3.2	-0.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-0.7	-0.9	0.1	2.1	1.7	4.0	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-0.4	0.3	7.1	3.5	4.9	4.5	2.8	Stations-service 11
-1.9	-1.6	-5.6	-3.0	-5.8	-2.3	-2.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	-1.3	2.4	3.9	3.9	6.4	4.6	Magasins de marchandises diverses 13
-5.2	-	-4.3	-6.6	-6.0	0.8	-0.7	Autres magasins de produits semi-durables 14
-0.4	-3.7	-5.8	-7.2	-4.7	-2.5	-1.0	Autres magasins de produits durables 15
-0.1	-0.7	1.8	5.9	3.8	5.3	6.8	Autres magasins de vente au détail 16
-0.8	-0.6	-1.0	-	-	2.1	2.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
-0.6	-0.7	-2.2	0.4	0.1	1.1	1.7	Terre-Neuve 18
-0.7	0.5	8.8	10.3	4.4	9.1	5.7	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.3	-1.1	-2.5	-4.1	-4.4	-2.0	-1.4	Nouvelle-Écosse 20
-1.6	1.3	3.3	5.5	4.2	10.0	2.8	Nouveau-Brunswick 21
0.3	0.6	-1.2	-0.2	0.6	0.3	-0.9	Québec 22
-2.4	-0.9	-2.5	-1.9	-1.4	2.5	3.4	Ontario 23
-1.2	1.0	1.7	2.8	3.6	7.9	5.0	Manitoba 24
0.8	-0.5	4.5	4.4	2.6	5.0	4.7	Saskatchewan 25
1.6	-1.3	-0.3	2.4	1.8	3.2	1.2	Alberta 26
-0.3	-2.0	0.3	1.5	0.4	0.7	5.6	Colombie-Britannique 27
4.4	-2.6	6.0	8.6	10.2	5.7	4.8	Yukon 28
-0.3	-0.8	3.9	0.2	4.2	6.5	6.5	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				
	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Trade Group - Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	4,529.1	4,017.0	3,935.7	4,287.3	49,696.4
2 All other food stores	420.3	319.0	330.3	352.2	4,185.1
3 Drugs and patent medicine stores	1,250.2	1,012.3	1,002.1	985.1	11,850.3
4 Shoe stores	182.7	168.7	141.6	163.4	1,743.9
5 Men's clothing stores	264.6	152.0	126.9	125.3	1,592.9
6 Women's clothing stores	544.8	349.4	324.0	366.0	4,108.4
7 Other clothing stores	741.4	510.3	439.8	486.9	5,170.5
8 Household furniture and appliance stores	989.0	760.5	727.4	743.8	8,598.9
9 Household furnishings stores	232.6	212.9	195.7	195.3	2,261.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,346.1	3,917.5	4,099.3	4,120.9	49,390.3
11 Gasoline service stations	1,253.5	1,228.5	1,259.4	1,247.2	14,613.2
12 Automotive parts, accessories and services	1,049.3	1,102.5	954.0	935.7	11,530.2
13 General merchandise stores	3,259.8	2,366.9	1,929.5	1,810.8	22,459.3
14 Other semi-durable goods stores	898.9	608.1	546.2	612.1	7,094.0
15 Other durable goods stores	859.7	461.0	385.3	433.7	5,527.2
16 Other retail stores	1,435.3	972.7	896.6	976.0	11,334.6
17 Total, all stores	21,257.2	18,159.5	17,293.8	17,841.6	211,156.8
Regions					
18 Newfoundland	352.1	305.7	283.8	292.5	3,461.6
19 Prince Edward Island	94.4	81.8	75.1	79.8	918.5
20 Nova Scotia	663.0	544.2	503.3	526.7	6,364.3
21 New Brunswick	519.7	460.1	423.2	441.6	5,073.6
22 Quebec	4,777.8	4,303.3	4,103.5	4,210.5	49,789.4
23 Ontario	7,991.0	6,772.4	6,322.4	6,647.0	78,358.0
24 Manitoba	756.7	624.6	611.3	616.0	7,288.9
25 Saskatchewan	677.6	581.0	572.5	553.1	6,564.1
26 Alberta	2,269.4	1,904.1	1,850.2	1,835.8	22,087.2
27 British Columbia	3,084.2	2,523.3	2,489.3	2,579.1	30,532.2
28 Yukon	21.3	18.2	18.7	18.5	222.3
29 Northwest Territories	50.0	40.8	40.4	41.1	496.7

TABLERAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
-4.1	0.8	-3.3	2.1	-0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
2.3	6.4	1.3	8.0	12.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
0.1	2.1	-1.1	-2.3	-1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-13.0	-3.6	-11.6	2.2	-1.5	Magasins de chaussures 4
-11.3	-6.2	-7.8	-1.0	-6.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
-9.3	-7.0	-8.3	0.8	1.8	Magasins de vêtements pour dames 6
-0.2	4.8	3.9	7.4	9.1	Autres magasins de vêtements 7
-13.6	-5.7	-5.6	-2.6	-0.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.9	-2.2	-1.8	-2.6	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-1.9	1.8	4.2	3.3	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
6.0	3.7	4.1	3.0	2.9	Stations-service 11
-7.5	-1.7	-4.9	-2.8	-2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1.5	4.9	2.9	6.4	4.3	Magasins de marchandises diverses 13
-6.5	-6.5	-6.3	3.1	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
-7.0	-4.5	-6.7	-4.2	-1.5	Autres magasins de produits durables 15
-0.7	10.3	1.9	7.0	6.4	Autres magasins de vente au détail 16
-2.9	1.3	-0.3	2.4	2.1	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
-4.7	0.3	0.3	1.8	1.5	Terre-Neuve 18
5.6	12.2	3.3	8.2	5.9	Île-du-Prince-Édouard 19
-4.3	-2.3	-6.1	-2.9	-1.5	Nouvelle-Écosse 20
0.5	5.6	3.7	11.4	2.9	Nouveau-Brunswick 21
-3.7	2.6	0.2	0.3	-1.1	Québec 22
-4.3	-0.4	-2.1	2.9	3.0	Ontario 23
-0.5	3.0	3.9	8.1	4.9	Manitoba 24
2.4	5.2	4.2	6.2	4.7	Saskatchewan 25
-1.9	2.7	2.2	2.9	1.1	Alberta 26
-0.7	1.2	-0.3	1.6	5.2	Colombie-Britannique 27
4.4	9.6	8.1	4.5	5.0	Yukon 28
3.1	1.3	0.6	8.5	6.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	12,481.8	12,783.4	12,713.5	11,717.6	12,778.9
2	All other food stores	1,069.7	1,076.9	1,120.5	918.1	1,036.8
3	Drugs and patent medicine stores	3,264.6	2,879.1	2,891.7	2,814.9	3,252.5
4	Shoe stores	492.9	459.2	473.3	318.5	545.1
5	Men's clothing stores	543.5	352.6	401.0	295.9	598.0
6	Women's clothing stores	1,218.2	1,034.7	1,086.6	769.0	1,329.7
7	Other clothing stores	1,691.5	1,319.8	1,204.8	954.5	1,653.2
8	Household furniture and appliance stores	2,476.9	2,174.6	2,031.6	1,915.8	2,722.7
9	Household furnishings stores	641.3	578.4	567.6	474.2	654.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,363.0	12,747.5	14,457.5	10,822.3	11,195.3
11	Gasoline service stations	3,741.4	3,941.6	3,693.8	3,236.3	3,576.0
12	Automotive parts, accessories and services	3,105.8	2,895.9	3,054.3	2,474.3	3,259.5
13	General merchandise stores	7,556.2	5,365.1	5,354.8	4,183.1	7,344.0
14	Other semi-durable goods stores	2,053.2	1,861.6	1,866.4	1,312.8	2,194.5
15	Other durable goods stores	1,705.9	1,378.6	1,350.2	1,092.4	1,820.3
16	Other retail stores	3,304.5	3,026.9	2,833.6	2,169.6	3,206.9
17	Total, all stores	56,710.5	53,875.7	55,101.2	45,469.4	57,167.5
	Newfoundland					
1	Supermarkets and grocery stores	269.6	297.2	288.1	252.8	269.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	70.6	66.7	69.1	66.2	75.8
4	Shoe stores	6.2	5.7	5.4	3.3	7.3
5	Men's clothing stores	4.5	3.0	3.7	2.5	7.7
6	Women's clothing stores	19.2	12.1	12.0	8.2	21.2
7	Other clothing stores	17.6	11.4	9.1	7.2	17.3
8	Household furniture and appliance stores	33.7	24.6	20.9	17.3	37.7
9	Household furnishings stores	4.6	3.5	3.7	2.9	5.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	126.8	165.2	191.0	119.2	119.4
11	Gasoline service stations	88.8	99.4	87.2	76.9	85.8
12	Automotive parts, accessories and services	44.5	41.7	42.8	34.0	44.7
13	General merchandise stores	167.3	106.5	100.8	73.2	167.4
14	Other semi-durable goods stores	34.0	29.8	30.9	20.0	39.7
15	Other durable goods stores	13.5	8.9	8.8	7.2	19.4
16	Other retail stores	34.0	20.0	18.5	15.7	32.1
17	Total, all stores	941.5	904.6	901.2	714.3	956.9

TABEAU 3. Ventas au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
Canada						
-2.3	0.2	0.9	0.8	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
3.2	5.8	22.1	22.5	18.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.4	-3.1	-2.1	-1.6	-0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-9.6	1.0	3.7	1.6	8.9	Magasins de chaussures	4
-9.1	-1.4	-6.5	-6.8	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
-8.4	2.7	9.7	8.8	11.7	Magasins de vêtements pour dames	6
2.3	6.1	13.5	22.3	18.2	Autres magasins de vêtements	7
-9.0	-0.8	0.6	10.3	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-1.9	-5.3	0.8	3.3	1.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.5	7.7	3.1	7.8	13.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.6	3.1	4.5	-1.0	0.3	Stations-service	11
-4.7	-3.2	-3.9	1.6	9.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.9	5.2	6.3	3.3	5.7	Magasins de marchandises diverses	13
-6.4	1.5	1.4	0.9	7.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.3	-1.8	-0.1	5.1	6.3	Autres magasins de produits durables	15
3.0	6.6	9.4	7.6	11.7	Autres magasins de vente au détail	16
-0.8	2.7	2.9	4.0	7.1	Total, ensemble des magasins	17
Terre-Neuve						
-0.1	2.7	6.8	5.2	-1.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-6.8	2.8	5.4	3.8	5.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-14.4	0.9	2.9	-10.2	1.1	Magasins de chaussures	4
-41.6	-11.8	-5.4	3.9	-4.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.6	-9.4	-3.1	0.1	4.2	Magasins de vêtements pour dames	6
1.9	15.2	12.7	14.3	-44.3	Autres magasins de vêtements	7
-10.7	1.1	0.1	2.3	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-8.2	-11.7	4.6	8.8	-3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
6.2	4.4	-0.9	-5.2	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
3.6	25.0	21.2	14.6	9.5	Stations-service	11
-0.5	-1.5	-7.0	2.2	-9.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.1	-6.6	-2.9	-11.8	6.7	Magasins de marchandises diverses	13
-14.4	-6.5	5.9	9.4	26.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-30.3	-24.6	-25.4	-27.6	3.3	Autres magasins de produits durables	15
5.9	-9.3	-3.1	-8.4	0.4	Autres magasins de vente au détail	16
-1.6	2.8	3.7	1.7	2.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995	Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Prince Edward Island					
1	Supermarkets and grocery stores	58.6	63.4	58.0	50.9	55.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	18.4	17.1	16.2	15.7	16.9
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.1	6.5	3.5	2.1	5.6
8	Household furniture and appliance stores	6.3	5.7	5.5	5.0	7.6
9	Household furnishings stores	1.3	1.4	1.3	1.1	1.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	43.4	47.9	54.9	34.4	40.9
11	Gasoline service stations	32.9	37.3	26.4	21.1	23.1
12	Automotive parts, accessories and services	13.6	11.6	13.2	9.9	14.3
13	General merchandise stores	30.4	23.3	22.2	15.1	32.0
14	Other semi-durable goods stores	14.3	13.7	10.8	7.0	11.1
15	Other durable goods stores	4.4	3.3	2.8	1.9	4.0
16	Other retail stores	11.3	13.7	11.0	8.5	12.5
17	Total, all stores	251.2	255.3	234.2	177.8	235.0
	Nova Scotia					
1	Supermarkets and grocery stores	440.7	463.5	454.3	419.5	458.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.6	112.6	118.7	112.7	127.6
4	Shoe stores	10.9	10.7	10.2	6.2	11.2
5	Men's clothing stores	11.2	6.7	7.0	5.7	12.9
6	Women's clothing stores	35.7	24.3	24.5	18.5	39.6
7	Other clothing stores	46.4	31.2	25.0	20.9	44.9
8	Household furniture and appliance stores	49.6	37.0	35.8	32.7	53.0
9	Household furnishings stores	15.1	15.0	10.9	9.6	16.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	276.6	321.0	418.2	298.7	298.7
11	Gasoline service stations	113.7	124.7	123.0	102.5	124.4
12	Automotive parts, accessories and services	78.4	74.8	78.0	60.0	85.3
13	General merchandise stores	263.6	173.2	167.0	125.1	266.3
14	Other semi-durable goods stores	63.9	53.3	50.2	37.9	70.2
15	Other durable goods stores	47.5	30.5	27.9	20.0	40.8
16	Other retail stores	105.9	108.9	97.1	71.8	109.0
17	Total, all stores	1,710.5	1,613.9	1,676.5	1,363.4	1,785.9

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Ile-du-Prince-Édouard	
6.0	12.0	14.5	9.3	7.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
9.0	2.2	0.9	1.9	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	Magasins de vêtements pour dames	6
8.8	-4.5	-4.0	-7.5	7.2	Autres magasins de vêtements	7
-17.0	-14.2	-9.9	-1.7	-5.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-29.1	-43.4	-42.1	-38.0	-20.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
6.1	17.7	3.5	-0.1	13.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
42.3	30.6	11.8	-5.4	-7.6	Stations-service	11
-5.1	-16.1	-7.7	-4.5	0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-5.0	-2.7	2.6	-8.1	-1.4	Magasins de marchandises diverses	13
29.1	19.1	22.5	18.4	6.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.3	12.9	14.5	-6.4	-6.7	Autres magasins de produits durables	15
-9.9	-10.5	-2.3	-1.4	1.7	Autres magasins de vente au détail	16
6.9	8.6	5.8	0.9	2.5	Total, ensemble des magasins	17
					Nouvelle-Écosse	
-3.9	-2.1	3.5	8.5	5.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-	0.7	9.7	1.0	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.9	12.8	14.7	-7.4	-0.3	Magasins de chaussures	4
-13.3	5.1	1.0	6.4	-14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.8	-12.3	-7.0	-3.0	-1.7	Magasins de vêtements pour dames	6
3.4	10.8	13.2	17.2	26.7	Autres magasins de vêtements	7
-6.4	-11.2	-6.5	-10.9	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-10.2	1.9	-16.9	7.1	31.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.4	-4.5	0.7	-4.6	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-8.6	-10.9	-11.8	-27.2	-28.5	Stations-service	11
-8.1	-1.9	-9.8	3.3	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-1.0	1.1	3.0	-1.7	1.0	Magasins de marchandises diverses	13
-9.0	1.7	4.4	1.6	9.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
16.5	16.3	16.0	5.0	0.7	Autres magasins de produits durables	15
-2.9	3.0	3.6	-3.8	0.9	Autres magasins de vente au détail	16
-4.2	-2.0	1.4	-1.1	1.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995	Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	310.7	333.1	316.6	282.4	308.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.9	109.4	107.0	101.6	113.6
4	Shoe stores	10.6	9.6	9.5	5.8	10.8
5	Men's clothing stores	10.0	5.2	6.5	4.8	12.5
6	Women's clothing stores	32.6	22.6	23.1	15.7	32.7
7	Other clothing stores	32.7	23.2	15.9	11.9	26.0
8	Household furniture and appliance stores	51.1	40.4	33.6	31.5	51.7
9	Household furnishings stores	15.8	12.5	11.5	8.8	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	265.4	311.3	342.3	223.5	232.3
11	Gasoline service stations	90.0	108.0	96.2	94.4	116.1
12	Automotive parts, accessories and services	86.9	81.2	84.7	65.1	90.6
13	General merchandise stores	215.0	137.8	129.8	97.6	203.8
14	Other semi-durable goods stores	45.3	37.2	37.3	23.6	40.9
15	Other durable goods stores	29.6	22.4	20.1	15.1	33.5
16	Other retail stores	67.6	66.2	58.9	44.0	68.0
17	Total, all stores	1,403.1	1,333.6	1,305.5	1,031.5	1,361.0
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,309.5	3,391.4	3,397.8	3,165.3	3,550.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	773.4	640.7	660.2	663.8	741.8
4	Shoe stores	176.4	153.6	160.5	95.3	186.5
5	Men's clothing stores	133.7	84.1	104.3	66.7	144.8
6	Women's clothing stores	329.0	301.3	315.4	211.0	336.1
7	Other clothing stores	450.9	378.2	370.8	264.4	428.2
8	Household furniture and appliance stores	639.9	616.8	603.0	460.3	627.9
9	Household furnishings stores	147.5	148.3	158.9	106.2	145.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,371.6	2,750.9	3,228.7	2,258.9	2,331.2
11	Gasoline service stations	876.6	805.3	753.3	668.4	735.7
12	Automotive parts, accessories and services	827.1	762.1	815.0	608.3	827.2
13	General merchandise stores	1,482.0	1,117.6	1,145.0	860.8	1,456.9
14	Other semi-durable goods stores	471.0	460.5	471.1	329.5	489.9
15	Other durable goods stores	347.0	294.6	295.0	219.7	352.5
16	Other retail stores	518.6	426.2	465.0	352.5	543.0
17	Total, all stores	13,184.7	12,672.6	13,290.5	10,641.6	13,251.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
Nouveau-Brunswick						
0.9	4.2	1.0	-9.1	-13.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
12.6	13.4	13.5	15.2	24.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.1	16.8	18.2	12.1	17.3	Magasins de chaussures	4
-19.7	-29.2	-22.0	-12.3	-19.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
-0.2	-1.9	6.2	3.2	0.2	Magasins de vêtements pour dames	6
25.8	23.9	2.7	-7.0	-6.1	Autres magasins de vêtements	7
-1.2	8.6	-1.4	2.5	7.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
19.8	12.4	10.4	15.5	18.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
14.2	28.7	5.7	-7.9	-5.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-22.4	-12.4	-12.0	-1.5	8.0	Stations-service	11
-4.1	-3.6	3.2	14.8	18.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.5	-0.7	-7.2	-8.5	3.9	Magasins de marchandises diverses	13
10.9	21.6	20.7	19.6	2.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-11.8	0.7	0.8	7.2	20.7	Autres magasins de produits durables	15
-0.6	3.3	9.4	4.2	2.5	Autres magasins de vente au détail	16
3.1	8.0	2.3	-2.7	-0.2	Total, ensemble des magasins	17
Québec						
-6.8	-5.7	-5.9	-4.1	2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
4.3	-12.6	-11.4	-4.4	-7.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.4	1.9	2.7	-0.7	6.4	Magasins de chaussures	4
-7.7	-11.1	-10.1	-9.9	-1.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
-2.1	7.2	12.3	7.2	15.0	Magasins de vêtements pour dames	6
5.3	11.3	16.3	19.1	17.7	Autres magasins de vêtements	7
1.9	9.8	14.6	22.7	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.2	3.9	14.6	18.1	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.7	-1.2	-10.6	-4.8	2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
19.2	6.7	6.6	-5.8	2.1	Stations-service	11
- -	4.2	- -	4.5	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.7	2.3	4.0	1.1	7.0	Magasins de marchandises diverses	13
-3.8	-1.1	0.9	12.8	16.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-1.6	7.7	7.4	6.4	17.6	Autres magasins de produits durables	15
-4.5	-0.9	2.2	7.0	11.0	Autres magasins de vente au détail	16
-0.5	-0.7	-2.7	-0.4	4.9	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	3,913.0	4,007.8	4,031.3	3,804.6	4,043.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,241.2	1,112.1	1,129.6	1,077.1	1,247.3
4	Shoe stores	165.8	155.4	162.7	118.8	196.6
5	Men's clothing stores	206.0	138.4	162.4	122.7	242.9
6	Women's clothing stores	445.5	372.5	406.3	289.2	519.7
7	Other clothing stores	628.5	470.8	426.3	357.7	624.5
8	Household furniture and appliance stores	841.2	724.5	689.9	724.5	1,015.2
9	Household furnishings stores	231.4	212.6	211.3	183.2	264.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,489.5	5,028.7	5,629.0	4,381.5	4,684.8
11	Gasoline service stations	1,396.7	1,468.3	1,381.2	1,213.1	1,303.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,191.3	1,067.4	1,163.4	980.0	1,265.1
13	General merchandise stores	2,903.1	1,959.3	1,963.9	1,550.1	2,796.5
14	Other semi-durable goods stores	772.8	693.5	674.6	478.2	835.8
15	Other durable goods stores	648.3	506.8	513.6	433.0	730.9
16	Other retail stores	1,539.2	1,445.0	1,304.0	969.2	1,421.7
17	Total, all stores	21,085.8	19,840.4	20,360.3	17,071.4	21,601.2
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	505.6	500.3	492.1	435.6	480.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	85.5	75.1	71.8	65.4	72.9
4	Shoe stores	15.2	12.4	13.0	8.2	13.8
5	Men's clothing stores	14.7	9.2	11.1	8.3	17.5
6	Women's clothing stores	30.9	26.1	28.6	20.8	37.7
7	Other clothing stores	59.5	41.4	37.0	29.5	55.5
8	Household furniture and appliance stores	75.3	64.3	57.5	53.3	82.6
9	Household furnishings stores	16.0	14.9	14.1	12.1	14.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	362.3	408.7	465.8	333.8	352.7
11	Gasoline service stations	155.5	177.9	176.0	151.9	164.3
12	Automotive parts, accessories and services	102.6	90.3	91.1	65.5	86.7
13	General merchandise stores	314.4	229.0	231.6	188.1	322.8
14	Other semi-durable goods stores	66.1	49.7	47.9	37.3	61.8
15	Other durable goods stores	65.3	54.6	56.9	42.3	71.4
16	Other retail stores	100.4	85.5	80.5	63.5	96.1
17	Total, all stores	1,992.6	1,859.4	1,900.1	1,536.8	1,955.5

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Ontario	
-3.2	0.9	1.4	3.4	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.5	-1.6	1.3	0.4	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-15.7	-5.3	-5.5	-1.9	4.4	Magasins de chaussures	4
-15.2	-2.5	-8.8	-7.5	-12.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
-14.3	-0.8	6.9	11.2	11.5	Magasins de vêtements pour dames	6
0.6	1.8	12.7	32.3	21.1	Autres magasins de vêtements	7
-17.1	-11.1	-4.9	9.9	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-12.5	-13.7	-4.4	-0.6	8.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.2	11.7	5.8	13.1	16.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
7.2	8.3	5.9	-0.4	-0.8	Stations-service	11
-5.8	-6.6	-4.4	1.5	11.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	6.9	8.8	6.8	7.7	Magasins de marchandises diverses	13
-7.5	7.0	4.0	-0.4	2.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-11.3	-6.4	-2.7	9.9	7.1	Autres magasins de produits durables	15
8.3	10.9	14.3	10.7	13.6	Autres magasins de vente au détail	16
-2.4	4.1	4.6	7.3	8.6	Total, ensemble des magasins	17
					Manitoba	
5.3	4.5	3.6	-5.3	0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
17.3	18.0	12.7	5.9	2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
10.2	26.5	24.5	2.1	11.1	Magasins de chaussures	4
-16.0	-8.2	-12.7	-13.5	-18.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-18.1	-11.4	-10.6	-9.9	-8.5	Magasins de vêtements pour dames	6
7.2	6.7	7.1	9.7	13.8	Autres magasins de vêtements	7
-8.9	9.7	3.2	6.3	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
9.0	13.4	6.2	22.0	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
2.7	19.5	15.4	7.5	9.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.4	4.4	19.8	11.0	11.4	Stations-service	11
18.4	5.7	-4.4	-9.0	-8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-2.6	2.2	3.8	0.8	6.8	Magasins de marchandises diverses	13
7.0	8.5	-7.1	2.6	5.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-8.6	8.6	22.0	26.5	26.3	Autres magasins de produits durables	15
4.5	11.2	10.2	0.7	8.1	Autres magasins de vente au détail	16
1.9	8.0	7.9	1.7	5.1	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	430.5	428.3	409.2	355.3	373.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	79.8	84.9	86.6	84.3	108.3
4	Shoe stores	10.1	10.4	12.0	7.4	12.1
5	Men's clothing stores	14.9	6.9	8.3	6.3	14.3
6	Women's clothing stores	29.0	22.6	24.5	17.5	30.3
7	Other clothing stores	50.0	35.2	33.7	24.1	46.1
8	Household furniture and appliance stores	58.4	52.0	47.9	48.9	66.8
9	Household furnishings stores	19.8	16.0	15.7	14.4	20.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	421.4	387.6	407.8	315.4	371.5
11	Gasoline service stations	139.0	154.2	139.5	121.7	132.8
12	Automotive parts, accessories and services	94.9	117.0	128.2	92.1	131.5
13	General merchandise stores	272.5	197.2	202.0	159.3	258.1
14	Other semi-durable goods stores	67.9	53.7	45.9	34.9	60.1
15	Other durable goods stores	48.6	38.7	36.8	27.3	48.7
16	Other retail stores	78.5	71.4	65.7	51.5	77.3
17	Total, all stores	1,831.1	1,688.4	1,674.6	1,370.1	1,763.4
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,369.0	1,400.5	1,400.5	1,258.2	1,378.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	299.6	263.4	252.8	252.9	302.0
4	Shoe stores	41.3	42.3	42.4	29.4	44.9
5	Men's clothing stores	64.7	41.9	39.0	30.7	55.9
6	Women's clothing stores	121.4	97.2	103.0	77.6	137.9
7	Other clothing stores	195.6	154.6	129.6	102.2	185.7
8	Household furniture and appliance stores	303.8	253.4	226.2	234.0	330.0
9	Household furnishings stores	76.4	60.7	52.4	47.0	60.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,321.5	1,388.4	1,592.2	1,104.2	1,108.0
11	Gasoline service stations	331.4	374.7	364.4	325.8	387.7
12	Automotive parts, accessories and services	309.8	308.5	315.9	273.8	392.8
13	General merchandise stores	786.8	557.9	553.7	445.5	758.1
14	Other semi-durable goods stores	197.3	171.7	192.7	125.1	220.3
15	Other durable goods stores	210.6	164.9	146.3	119.8	209.8
16	Other retail stores	353.8	310.7	299.4	233.7	357.5
17	Total, all stores	6,023.7	5,626.0	5,745.2	4,692.2	5,977.8

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Saskatchewan	
15.2	10.3	6.6	2.7	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-26.3	-19.3	-21.1	-20.8	4.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-17.1	7.7	25.3	8.7	27.0	Magasins de chaussures	4
4.5	-16.6	-24.6	-27.4	-10.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
-4.1	-2.4	2.5	-0.6	3.2	Magasins de vêtements pour dames	6
8.5	13.2	26.8	12.8	23.8	Autres magasins de vêtements	7
-12.6	6.8	7.1	19.9	21.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-1.1	0.1	3.7	10.3	19.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
13.4	18.3	12.4	10.1	21.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.7	5.3	6.0	7.8	7.1	Stations-service	11
-27.8	-7.8	-2.7	1.5	41.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.6	8.4	10.2	7.5	5.4	Magasins de marchandises diverses	13
12.9	17.0	-12.9	-9.7	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-0.3	0.7	-10.5	-7.9	-14.2	Autres magasins de produits durables	15
1.5	3.3	2.8	7.0	-7.6	Autres magasins de vente au détail	16
3.8	7.1	4.5	3.5	9.0	Total, ensemble des magasins	17
					Alberta	
-0.7	2.3	3.8	-1.2	1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.8	0.6	-5.1	-9.1	-8.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-8.2	7.6	30.1	23.5	35.4	Magasins de chaussures	4
15.7	34.6	-3.6	-18.7	-24.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
-12.0	0.9	15.3	12.3	18.9	Magasins de vêtements pour dames	6
5.4	10.1	11.9	15.8	20.0	Autres magasins de vêtements	7
-7.9	-0.4	-10.4	1.8	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
25.4	2.1	-5.7	-10.6	-11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
19.3	13.4	5.4	3.7	10.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-14.5	-16.5	-9.6	-3.2	1.4	Stations-service	11
-21.1	-15.7	-16.8	-2.8	18.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.8	5.8	7.0	3.9	2.7	Magasins de marchandises diverses	13
-10.4	-12.9	-3.1	-18.5	-4.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
0.4	-5.4	-2.6	5.9	6.9	Autres magasins de produits durables	15
-1.0	5.1	9.1	6.5	24.1	Autres magasins de vente au détail	16
0.8	1.9	1.3	0.2	5.4	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		Quarter 4 1995	Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994
No.		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,826.0	1,848.8	1,817.5	1,652.5	1,815.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	434.2	390.9	373.4	369.4	439.4
4	Shoe stores	54.1	56.5	55.5	42.9	59.5
5	Men's clothing stores	80.6	55.0	56.8	46.9	86.4
6	Women's clothing stores	169.9	151.2	144.7	107.5	169.0
7	Other clothing stores	199.7	163.6	150.5	132.0	214.9
8	Household furniture and appliance stores	411.7	350.7	306.7	304.4	444.9
9	Household furnishings stores	112.1	91.9	86.6	87.8	109.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,664.6	1,915.6	2,103.7	1,735.5	1,638.9
11	Gasoline service stations	505.0	577.1	533.9	450.3	492.5
12	Automotive parts, accessories and services	350.8	333.5	313.8	280.1	315.8
13	General merchandise stores	1,065.3	810.8	785.2	624.3	1,024.5
14	Other semi-durable goods stores	311.9	290.8	298.4	214.8	356.5
15	Other durable goods stores	285.8	248.5	237.0	202.7	303.4
16	Other retail stores	484.3	468.2	423.3	351.8	479.0
17	Total, all stores	8,096.8	7,890.0	7,824.4	6,721.0	8,095.9
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	48.7	49.2	47.9	40.5	45.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	1.1	1.0	1.3	0.9	1.4
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	6.0	5.1	4.6	4.0	5.1
9	Household furnishings stores	1.3	1.4	1.2	1.1	1.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19.8	22.1	23.9	17.2	16.8
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	55.8	52.6	53.6	44.0	57.6
14	Other semi-durable goods stores	8.5	7.7	6.8	4.5	8.1
15	Other durable goods stores	5.4	5.3	5.2	3.3	5.7
16	Other retail stores	10.9	11.0	10.1	7.6	10.7
17	Total, all stores	189.4	191.4	188.8	149.3	183.3

TABEAU 3. Ventes au détail, non-saisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Colombie-Britannique	
0.6	4.6	7.4	6.9	10.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.2	3.0	3.5	2.2	2.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-9.1	0.8	8.3	3.9	14.1	Magasins de chaussures	4
-6.7	4.7	13.9	15.7	12.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.5	13.7	21.5	13.9	15.5	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.1	-0.1	11.6	19.8	22.4	Autres magasins de vêtements	7
-7.5	3.2	-1.7	5.3	21.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
2.1	-7.6	-2.8	0.7	-13.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.6	3.2	16.5	24.1	30.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
2.5	2.8	10.2	7.5	1.5	Stations-service	11
11.1	5.6	2.2	0.3	-3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.0	9.1	7.4	3.1	2.3	Magasins de marchandises diverses	13
-12.5	-2.6	-0.2	-0.3	19.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
-5.8	-2.8	-3.8	-5.6	-6.5	Autres magasins de produits durables	15
1.1	4.9	7.1	6.4	8.6	Autres magasins de vente au détail	16
-	3.7	8.8	9.6	11.4	Total, ensemble des magasins	17
					Yukon et Territoires du Nord-Ouest	
8.0	9.5	7.8	6.7	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-23.6	-7.1	8.6	12.1	12.0	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
18.0	28.2	21.6	10.8	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-8.2	3.0	-4.4	-4.3	-4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
18.2	22.7	16.3	10.1	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-3.1	8.7	3.8	0.5	6.7	Magasins de marchandises diverses	13
4.7	4.9	11.4	7.1	32.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-6.0	-19.6	-16.2	-1.8	22.7	Autres magasins de produits durables	15
2.0	4.2	12.2	0.8	-4.6	Autres magasins de vente au détail	16
3.4	7.7	8.0	4.2	8.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995	Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994
		Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
	Yukon					
1	Supermarkets and grocery stores	14.6	14.7	14.1	11.9	13.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.2	7.5	10.3	6.3	6.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.6	4.1	3.0	1.6	3.5
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	58.2	62.8	58.4	42.9	54.3
	Northwest Territories					
1	Supermarkets and grocery stores	34.1	34.5	33.8	28.6	32.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	2.2	1.7	1.8	1.4	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	12.6	14.6	13.6	10.8	10.2
11	Gasoline service stations	4.4	4.1	3.9	4.0	4.1
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.9	3.6	3.8	2.8	4.7
15	Other durable goods stores	2.3	2.1	2.6	1.8	2.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	131.2	128.7	130.4	106.4	129.0

TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
					Yukon	
11.4	1.2	1.0	-3.9	-4.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	121.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
10.6	17.8	18.2	19.8	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
3.8	-3.4	-1.6	-13.9	44.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
7.2	6.0	5.2	0.6	4.8	Total, ensemble des magasins	17
					Territoires du Nord-Ouest	
6.6	13.4	10.9	11.8	12.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
23.6	-12.2	-11.5	-24.1	-34.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
23.0	25.5	14.9	5.1	12.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
6.4	-16.3	-8.6	-7.8	36.4	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
5.4	16.1	24.3	24.8	24.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
-14.7	-17.9	7.7	1.2	-2.6	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
1.7	8.6	9.3	5.7	10.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	92.0	94.6	94.2	94.9
2	All other food stores	86.4	88.2	87.3	88.9
3	Drugs and patent medicine stores	89.7	90.1	89.6	89.1
4	Shoe stores	87.8	89.7	96.3	84.9
5	Men's clothing stores	90.1	92.1	92.3	92.7
6	Women's clothing stores	84.1	86.1	86.8	88.8
7	Other clothing stores	87.5	88.6	91.5	92.1
8	Household furniture and appliance stores	91.5	93.7	91.7	92.3
9	Household furnishings stores	82.8	87.9	89.6	90.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.8	97.0	96.5	97.2
11	Gasoline service stations	92.9	95.3	94.9	94.5
12	Automotive parts, accessories and services	89.5	92.0	90.9	91.6
13	General merchandise stores	99.5	99.5	98.8	99.4
14	Other semi-durable goods stores	89.1	90.9	90.3	90.9
15	Other durable goods stores	87.5	88.5	89.4	89.0
16	Other retail stores	96.0	96.5	95.3	96.2
17	Total, all stores	92.9	94.6	94.2	94.6
Regions					
18	Newfoundland	94.8	96.4	95.7	96.6
19	Prince Edward Island	91.1	94.2	92.7	94.5
20	Nova Scotia	90.7	96.0	95.7	96.1
21	New Brunswick	91.2	96.7	95.9	95.9
22	Quebec	93.1	95.1	94.7	94.8
23	Ontario	91.5	92.9	92.3	93.1
24	Manitoba	93.2	94.7	94.5	95.5
25	Saskatchewan	96.0	97.1	96.6	96.0
26	Alberta	92.8	94.8	94.1	94.1
27	British Columbia	96.1	97.0	97.2	97.3
28	Yukon	89.3	90.0	87.8	93.1
29	Northwest Territories	90.2	91.1	91.6	91.3

TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
1.7	2.0	2.0	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
9.2	10.2	10.4	10.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.7	2.7	2.8	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.6	3.1	3.3	3.3	Magasins de chaussures 4
4.3	4.1	3.6	4.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.8	3.4	3.3	4.6	Magasins de vêtements pour dames 6
3.7	5.7	6.0	5.2	Autres magasins de vêtements 7
3.1	3.3	3.2	3.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
6.7	5.8	5.3	5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.7	4.2	4.6	4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.2	3.2	3.3	3.7	Stations-service 11
2.8	3.7	3.5	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.5	0.5	0.7	0.7	Magasins de marchandises diverses 13
3.1	3.0	3.4	6.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.8	3.2	3.2	2.9	Autres magasins de produits durables 15
1.5	4.9	2.2	3.7	Autres magasins de vente au détail 16
1.0	1.2	1.3	1.2	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
1.9	2.1	2.2	2.5	Terre-Neuve 18
2.6	3.8	3.1	2.2	Île-du-Prince-Édouard 19
2.4	2.3	2.8	2.8	Nouvelle-Écosse 20
2.2	2.3	2.3	2.5	Nouveau-Brunswick 21
1.7	2.3	2.5	2.4	Québec 22
2.1	2.6	2.9	2.6	Ontario 23
1.9	2.1	3.1	2.8	Manitoba 24
2.6	2.5	2.8	2.8	Saskatchewan 25
2.2	2.5	2.9	2.1	Alberta 26
1.4	1.7	2.0	2.3	Colombie-Britannique 27
1.3	1.1	1.2	2.6	Yukon 28
1.3	1.8	1.5	2.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,140.4	4,101.6	4,123.8	4,147.2	4,136.7	4,160.4	4,138.4
2 All other food stores	344.4	340.8	344.4	348.9	346.7	343.7	352.0
3 Drugs and patent medicine stores	1,013.2	1,001.9	993.3	994.8	974.1	975.5	976.6
4 Shoe stores	135.3	143.0	132.4	143.9	151.3	152.6	158.1
5 Men's clothing stores	123.9	123.5	128.2	129.3	134.2	135.5	137.4
6 Women's clothing stores	323.4	323.1	326.2	333.9	347.1	354.0	381.3
7 Other clothing stores	427.9	432.5	425.0	432.2	436.1	437.9	436.2
8 Household furniture and appliance stores	687.2	684.9	695.1	706.2	726.2	717.3	714.6
9 Household furnishings stores	190.1	189.6	186.8	187.1	183.4	184.6	186.4
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,144.3	4,152.7	4,172.3	4,200.6	4,237.4	4,112.1	4,154.1
11 Gasoline service stations	1,268.0	1,227.0	1,229.2	1,234.6	1,230.4	1,219.5	1,222.5
12 Automotive parts, accessories and service	961.1	985.9	937.5	955.4	970.6	953.5	963.4
13 General merchandise stores	1,880.5	1,876.9	1,885.3	1,872.1	1,895.9	1,894.3	1,909.2
14 Other semi-durable goods stores	572.4	569.4	574.9	606.6	606.5	605.5	604.0
15 Other durable goods stores	441.2	444.6	443.5	445.1	462.2	469.5	464.6
16 Other retail stores	936.2	975.4	954.2	954.8	961.6	960.5	941.8
17 Total, all stores	17,589.6	17,572.9	17,552.0	17,692.8	17,800.2	17,676.2	17,740.5
Regions							
18 Newfoundland	279.9	285.0	287.2	288.9	290.9	294.0	290.3
19 Prince Edward Island	79.5	79.9	77.9	78.4	78.0	75.9	77.1
20 Nova Scotia	531.3	520.1	517.5	524.3	530.0	527.3	529.6
21 New Brunswick	433.9	433.4	426.9	433.8	428.3	428.0	424.3
22 Quebec	4,210.6	4,227.5	4,197.5	4,186.0	4,159.2	4,132.2	4,078.5
23 Ontario	6,445.9	6,424.7	6,422.8	6,579.9	6,640.6	6,570.3	6,637.0
24 Manitoba	605.1	600.4	612.2	619.5	613.5	624.0	619.2
25 Saskatchewan	556.2	555.2	561.5	556.9	560.0	560.5	552.2
26 Alberta	1,848.9	1,859.2	1,869.4	1,839.2	1,862.7	1,841.7	1,861.2
27 British Columbia	2,537.0	2,528.5	2,518.2	2,525.5	2,576.1	2,561.9	2,610.0
28 Yukon	19.3	19.0	19.3	18.5	19.0	18.4	18.7
29 Northwest Territories	42.0	40.0	41.6	41.7	42.1	41.8	42.3

**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,181.6	4,202.8	4,137.2	4,190.8	4,165.8	4,216.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
357.8	359.1	354.7	350.2	355.1	339.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2
979.8	985.2	974.9	985.2	995.5	993.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
153.7	139.7	153.8	147.9	143.1	149.0	Magasins de chaussures	4
134.6	132.1	135.1	146.2	140.0	136.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
362.7	339.6	353.1	352.8	356.8	359.3	Magasins de vêtements pour dames	6
438.3	442.0	440.2	447.9	438.7	433.5	Autres magasins de vêtements	7
720.2	747.0	747.7	763.8	770.8	782.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
187.9	193.5	193.0	193.2	193.6	191.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,032.3	3,997.5	4,021.8	4,050.1	4,111.0	4,138.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,254.4	1,210.1	1,190.7	1,186.4	1,137.0	1,184.2	Stations-service	11
948.2	925.0	967.1	978.0	1,010.0	1,017.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,881.3	1,849.2	1,852.8	1,857.5	1,854.4	1,836.6	Magasins de marchandises diverses	13
602.4	596.3	594.2	589.2	596.5	598.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
467.1	477.6	478.7	474.4	489.4	468.4	Autres magasins de produits durables	15
952.4	947.0	896.2	932.9	955.8	919.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,654.5	17,543.7	17,491.1	17,646.5	17,713.3	17,765.2	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
292.3	298.3	287.1	288.0	285.4	286.1	Terre-Neuve	18
76.2	73.1	73.5	74.4	73.3	73.0	Île-du-Prince-Édouard	19
538.2	546.2	526.2	540.7	543.2	545.1	Nouvelle-Écosse	20
418.6	415.3	408.0	411.1	408.8	419.9	Nouveau-Brunswick	21
4,090.0	4,124.3	4,112.1	4,136.2	4,230.9	4,261.8	Québec	22
6,604.8	6,455.8	6,558.7	6,640.5	6,639.6	6,609.3	Ontario	23
617.7	604.8	598.1	595.5	586.2	595.2	Manitoba	24
543.6	538.0	513.5	532.6	532.0	532.3	Saskatchewan	25
1,864.9	1,826.1	1,804.8	1,821.8	1,814.1	1,853.7	Alberta	26
2,548.0	2,601.7	2,550.0	2,547.2	2,541.6	2,530.2	Colombie-Britannique	27
18.3	18.1	17.9	17.8	17.5	18.2	Yukon	28
42.0	42.1	41.2	40.7	40.6	40.4	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,529.1	4,017.0	3,935.7	4,287.3	4,222.8	4,273.4	4,357.3
2 All other food stores	420.3	319.0	330.3	352.2	358.4	366.3	382.2
3 Drugs and patent medicine stores	1,250.2	1,012.3	1,002.1	985.1	971.4	922.6	979.6
4 Shoe stores	182.7	168.7	141.6	163.4	156.4	139.4	165.6
5 Men's clothing stores	264.6	152.0	126.9	125.3	111.4	115.8	146.7
6 Women's clothing stores	544.8	349.4	324.0	366.0	338.0	330.6	393.2
7 Other clothing stores	741.4	510.3	439.8	486.9	454.6	378.2	417.9
8 Household furniture and appliance stores	989.0	760.5	727.4	743.8	732.9	697.9	702.4
9 Household furnishings stores	232.6	212.9	195.7	195.3	193.3	189.7	199.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,346.1	3,917.5	4,099.3	4,120.9	4,410.4	4,216.2	5,111.0
11 Gasoline service stations	1,253.5	1,228.5	1,259.4	1,247.2	1,357.5	1,336.9	1,303.5
12 Automotive parts, accessories and service	1,049.3	1,102.5	954.0	935.7	981.5	978.7	1,084.0
13 General merchandise stores	3,259.8	2,366.9	1,929.5	1,810.8	1,855.6	1,698.8	1,853.2
14 Other semi-durable goods stores	898.9	608.1	546.2	612.1	641.2	608.3	645.9
15 Other durable goods stores	859.7	461.0	385.3	433.7	476.2	468.6	471.2
16 Other retail stores	1,435.3	972.7	896.6	976.0	1,016.4	1,034.5	1,017.0
17 Total, all stores	21,257.2	18,159.5	17,293.8	17,841.6	18,278.1	17,756.0	19,230.5
Regions							
18 Newfoundland	352.1	305.7	283.8	292.5	308.9	303.1	313.8
19 Prince Edward Island	94.4	81.8	75.1	79.8	89.2	86.3	87.4
20 Nova Scotia	663.0	544.2	503.3	526.7	547.7	539.5	586.6
21 New Brunswick	519.7	460.1	423.2	441.6	450.1	441.9	465.6
22 Quebec	4,777.8	4,303.3	4,103.5	4,210.5	4,297.0	4,165.1	4,508.3
23 Ontario	7,991.0	6,772.4	6,322.4	6,647.0	6,709.8	6,483.6	7,212.3
24 Manitoba	756.7	624.6	611.3	616.0	626.5	616.9	666.3
25 Saskatchewan	677.6	581.0	572.5	553.1	573.5	561.7	592.1
26 Alberta	2,269.4	1,904.1	1,850.2	1,835.8	1,932.0	1,858.3	2,012.3
27 British Columbia	3,084.2	2,523.3	2,489.3	2,579.1	2,678.0	2,633.0	2,717.8
28 Yukon	21.3	18.2	18.7	18.5	22.0	22.2	22.2
29 Northwest Territories	50.0	40.8	40.4	41.1	43.3	44.3	45.8

TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year 1995 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,233.9	4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0	4,722.2	49,696.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
369.5	368.8	335.3	291.5	291.2	410.9	4,185.1	Tous les autres magasins d'alimentation	2
974.6	937.4	976.9	890.7	947.3	1,248.4	11,850.3	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
165.1	142.7	123.3	88.0	107.2	209.9	1,743.9	Magasins de chaussures	4
131.7	122.5	103.5	87.2	105.2	298.3	1,592.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
370.7	322.7	295.8	223.4	249.8	600.8	4,108.4	Magasins de vêtements pour dames	6
394.6	392.2	368.6	281.5	304.4	742.7	5,170.5	Autres magasins de vêtements	7
654.5	674.7	685.2	584.8	645.8	1,145.3	8,598.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.9	175.0	177.9	148.4	148.0	237.0	2,261.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
5,067.5	4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,411.5	49,390.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,280.5	1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,182.5	14,613.2	Stations-service	11
1,068.1	902.2	893.0	744.6	836.6	1,134.6	11,530.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,815.6	1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5	3,211.3	22,459.3	Magasins de marchandises diverses	13
682.8	537.8	471.5	416.4	425.0	961.0	7,094.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
454.8	424.2	386.1	336.9	369.4	924.4	5,527.2	Autres magasins de produits durables	15
955.2	861.4	782.2	691.9	695.5	1,445.8	11,334.6	Autres magasins de vente au détail	16
18,812.0	17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8	21,886.5	211,156.8	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
303.0	284.4	271.7	220.5	222.2	369.3	3,461.6	Terre-Neuve	18
79.5	67.3	64.3	55.7	57.9	89.3	918.5	Île-du-Prince-Édouard	19
564.8	525.1	504.5	420.1	438.8	692.9	6,364.3	Nouvelle-Écosse	20
443.0	396.8	383.5	322.3	325.6	517.2	5,073.6	Nouveau-Brunswick	21
4,581.7	4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8	4,960.8	49,789.4	Québec	22
6,982.2	6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4	8,346.9	78,358.0	Ontario	23
643.8	590.0	571.2	480.5	485.1	760.8	7,288.9	Manitoba	24
565.0	517.5	493.7	428.6	447.8	661.6	6,564.1	Saskatchewan	25
1,951.7	1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4	2,312.9	22,087.2	Alberta	26
2,634.2	2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5	3,105.8	30,532.2	Colombie-Britannique	27
19.8	16.4	16.3	13.5	13.1	20.4	222.3	Yukon	28
43.4	41.2	40.1	33.1	33.2	48.5	496.7	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)

	Sales Ventes				
	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	153.4	120.5	97.3	91.3	1,116.1
Prince Edward Island	39.3	26.6	22.7	24.0	284.6
Nova Scotia	297.1	207.4	167.1	166.0	2,032.5
New Brunswick	240.5	182.9	147.3	141.7	1,701.8
Quebec	2,023.6	1,524.1	1,403.1	1,441.3	16,708.4
Ontario	3,470.8	2,482.3	2,130.6	2,213.7	26,104.8
Manitoba	320.1	223.9	199.0	190.6	2,354.4
Saskatchewan	272.3	197.8	181.0	172.7	2,106.5
Alberta	1,005.3	687.9	604.3	594.3	7,307.9
British Columbia	1,364.4	921.5	839.3	859.1	10,362.8
Yukon	9.0	6.2	6.2	6.5	73.2
Northwest Territories	27.9	21.1	20.7	21.2	254.0
Total	9,223.6	6,602.2	5,818.5	5,922.4	70,407.0

TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)

	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	153.4	120.5	97.3	91.3	93.9	87.1	92.2
Prince Edward Island	39.3	26.6	22.7	24.0	27.5	25.8	24.5
Nova Scotia	297.1	207.4	167.1	166.0	170.4	158.1	165.2
New Brunswick	240.5	182.9	147.3	141.7	147.9	130.7	140.4
Quebec	2,023.6	1,524.1	1,403.1	1,441.3	1,417.9	1,336.5	1,478.0
Ontario	3,470.8	2,482.3	2,130.6	2,213.7	2,126.2	2,006.1	2,213.1
Manitoba	320.1	223.9	199.0	190.6	201.5	184.7	197.6
Saskatchewan	272.3	197.8	181.0	172.7	180.3	164.5	180.9
Alberta	1,005.3	687.9	604.3	594.3	633.0	580.8	603.8
British Columbia	1,364.4	921.5	839.3	859.1	903.6	847.3	850.5
Yukon	9.0	6.2	6.2	6.5	7.4	6.9	6.7
Northwest Territories	27.9	21.1	20.7	21.2	21.5	21.3	22.5
Total	9,223.6	6,602.2	5,818.5	5,922.4	5,931.2	5,549.9	5,975.5

TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-9.6	-5.1	-4.4	-3.4	-3.9	Terre-Neuve
3.9	3.1	-0.4	0.9	1.2	Île-du-Prince-Édouard
-2.3	0.1	-3.0	-1.3	0.6	Nouvelle-Écosse
5.0	9.5	3.3	8.9	5.0	Nouveau-Brunswick
-1.3	2.7	1.9	4.3	2.7	Québec
-6.7	-1.5	-4.6	0.7	0.4	Ontario
-2.5	0.6	-0.5	5.4	3.1	Manitoba
-4.0	-0.1	-1.2	2.8	-0.7	Saskatchewan
-1.4	1.1	-0.2	1.7	0.4	Alberta
-2.5	-2.4	-2.9	-0.9	1.8	Colombie-Britannique
4.0	-0.5	-0.5	1.5	-2.9	Yukon
1.7	-5.2	-6.7	6.1	2.5	Territoires du Nord-Ouest
-3.7	-0.1	-1.9	1.7	1.2	Total

TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
87.9	84.3	77.6	64.2	66.4	169.8	1,116.1	Terre-Neuve
22.9	20.1	18.7	16.1	16.3	37.8	284.6	Île-du-Prince-Édouard
160.5	151.4	142.8	120.3	126.3	304.1	2,032.5	Nouvelle-Écosse
134.7	119.1	115.4	99.2	101.8	229.1	1,701.8	Nouveau-Brunswick
1,479.0	1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1	2,050.0	16,708.4	Québec
2,127.6	1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9	3,720.6	26,104.8	Ontario
191.1	180.6	176.0	141.9	147.5	328.4	2,354.4	Manitoba
171.6	161.0	150.4	130.9	143.1	283.7	2,106.5	Saskatchewan
587.3	547.0	533.9	448.9	481.5	1,019.8	7,307.9	Alberta
846.5	797.8	778.1	657.7	696.8	1,399.7	10,362.8	Colombie-Britannique
5.9	5.1	4.9	4.4	4.1	8.6	73.2	Yukon
22.4	21.6	20.0	17.1	16.7	27.4	254.0	Territoires du Nord-Ouest
5,837.3	5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5	9,579.0	70,407.0	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1993:					
January	116.2	13,454.5	4.3	11,581.0	2.0
February	116.2	12,680.9	0.8	10,911.9	-1.8
March	115.7	14,868.2	6.7	12,849.0	4.7
April	115.3	16,270.5	6.7	14,113.9	5.2
May	115.6	16,903.2	3.9	14,617.8	2.3
June	115.7	16,835.1	4.1	14,546.1	2.7
July	115.8	17,055.1	5.7	14,723.7	4.4
August	115.7	16,123.1	4.7	13,937.2	3.4
September	115.6	16,226.9	5.6	14,033.7	3.8
October	115.6	16,425.4	1.7	14,211.5	-0.1
November	116.1	16,686.3	6.2	14,375.3	4.7
December	116.0	20,285.8	5.8	17,488.2	4.4
Year	115.8	193,815.0	4.7	167,389.4	3.1
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	-
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,278.1	5.0	15,428.9	3.0
September	118.4	17,841.6	2.4	15,066.8	0.3
October	118.1	17,293.8	-0.3	14,637.4	-2.6
November	118.3	18,159.5	1.3	15,353.6	-0.4
December	117.7	21,257.2	-2.9	18,071.2	-4.2
Year	118.5	211,156.8	2.1	178,184.1	-0.1

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1993:					
115.4	16,006.6	1.7	13,873.6	1.5	Janvier
115.3	15,892.3	-0.7	13,778.9	-0.7	Février
115.1	15,836.2	-0.4	13,752.8	-0.2	Mars
115.0	16,110.5	1.7	14,012.2	1.9	Avril
115.3	16,037.8	-0.5	13,903.6	-0.8	Mai
115.4	15,969.2	-0.4	13,835.3	-0.5	Juin
115.4	16,206.9	1.5	14,047.5	1.5	Juillet
115.6	16,261.5	0.3	14,067.0	0.1	Août
115.9	16,269.4	-	14,033.4	-0.2	Septembre
115.9	16,291.2	0.1	14,050.9	0.1	Octobre
116.1	16,432.1	0.9	14,155.6	0.7	Novembre
116.3	16,501.2	0.4	14,193.5	0.3	Décembre
115.6	193,814.9	...	167,704.3	...	Année
1994:					
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
1995:					
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.5	0.5	14,907.7	0.5	Juin
118.9	17,676.2	-0.4	14,864.0	-0.3	Juillet
118.8	17,800.2	0.7	14,984.8	0.8	Août
119.1	17,692.8	-0.6	14,852.8	-0.9	Septembre
119.1	17,552.0	-0.8	14,740.6	-0.8	Octobre
118.9	17,572.9	0.1	14,783.3	0.3	Novembre
119.1	17,589.6	0.1	14,758.5	-0.2	Décembre
118.6	211,673.5	...	178,459.0	...	Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPE DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)

6352 Paint and body repair shops

6353 Muffler replacement shops

6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department stores

6412 General stores

6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and stationery stores

6521 Florist shops

6522 Lawn and garden centres

6531 Hardware stores

6532 Paint, glass and wallpaper stores

6581 Toy and hobby stores

6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting goods stores

6542 Bicycle shops

6551 Musical instrument stores

6552 Record and tape stores

6561 Jewellery stores

6562 Watch and jewellery repair shops

6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor stores

6022 Wine stores

6023 Beer stores

6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.

6592 Opticians' shops

6593 Art galleries and artists' supply stores

6594 Luggage and leather goods stores

6595 Monument and tombstone dealers

6596 Pet stores

6597 Coin and stamp dealers

6598 Mobile home dealers

6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:



Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)

PHONE:

1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



INTERNET: order@statcan.ca

FAX TO:



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send
confirmation. A fax will be
treated as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature _____

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

 **Purchase Order Number**
(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

GST Registration # R121491807

Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

**GST (7%)
and applicable PST
(Canadian clients only)**

GRAND TOTAL

PF 093238

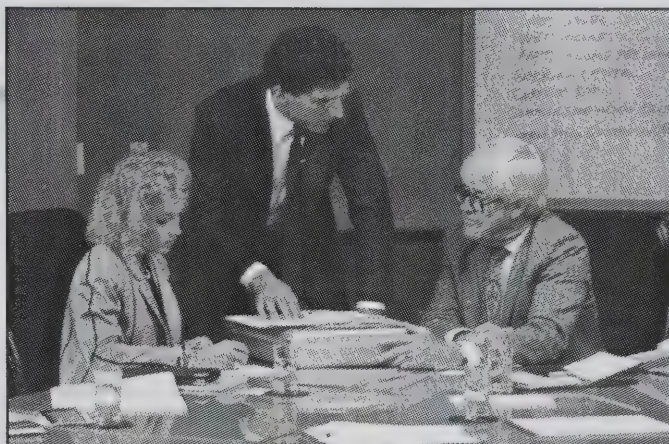
THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics
CanadaStatistique
Canada

Canada

Hire our team of researchers for \$56 a year

Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



Subscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex

labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST and applicable PST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year).

Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to:

Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca

S'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (plus 3,92 \$ de TPS et la TVP en vigueur en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication). Via l'Internet: order@statcan.ca

Canada: A Portrait

A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of *Sweetgrass*, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

From the important to the whimsical...

Canada: A Portrait presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

Share the **Canada: A Portrait** experience with your family, friends and colleagues

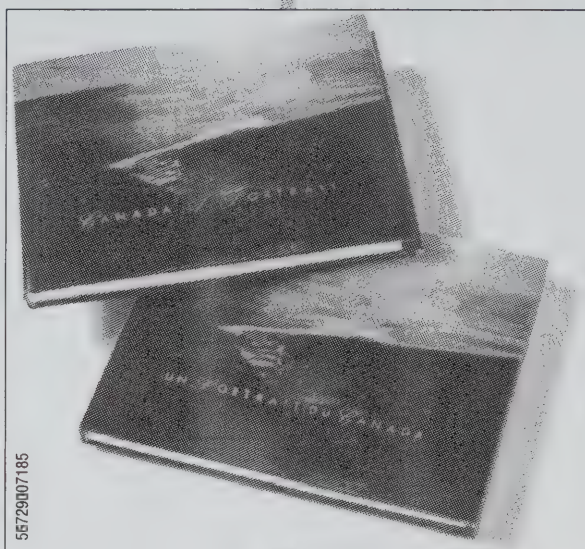
Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

Canada: A Portrait is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.

Un portrait du Canada

Un voyage mémorable à travers le Canada

Un portrait du Canada captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé *Sweetgrass*, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.



De l'important au fantaisiste...

Un portrait du Canada vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâtez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au coeur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font d'**Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

Un portrait du Canada est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.

